







Jakob F. Dittmar

# **Im Vorbeigehen**

Graffiti, Tattoo, Tragetaschen:  
En-Passant-Medien



Technische Universität Berlin

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind  
im Internet abrufbar über <http://dnb.d-nb.de>

ISBN 978-3-7983-2123-6

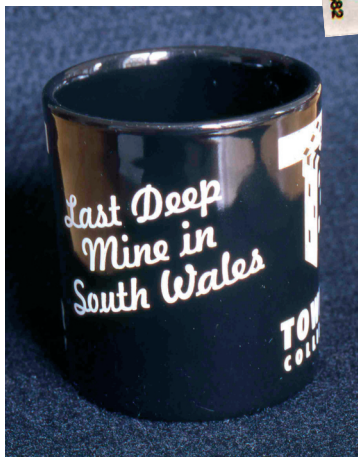
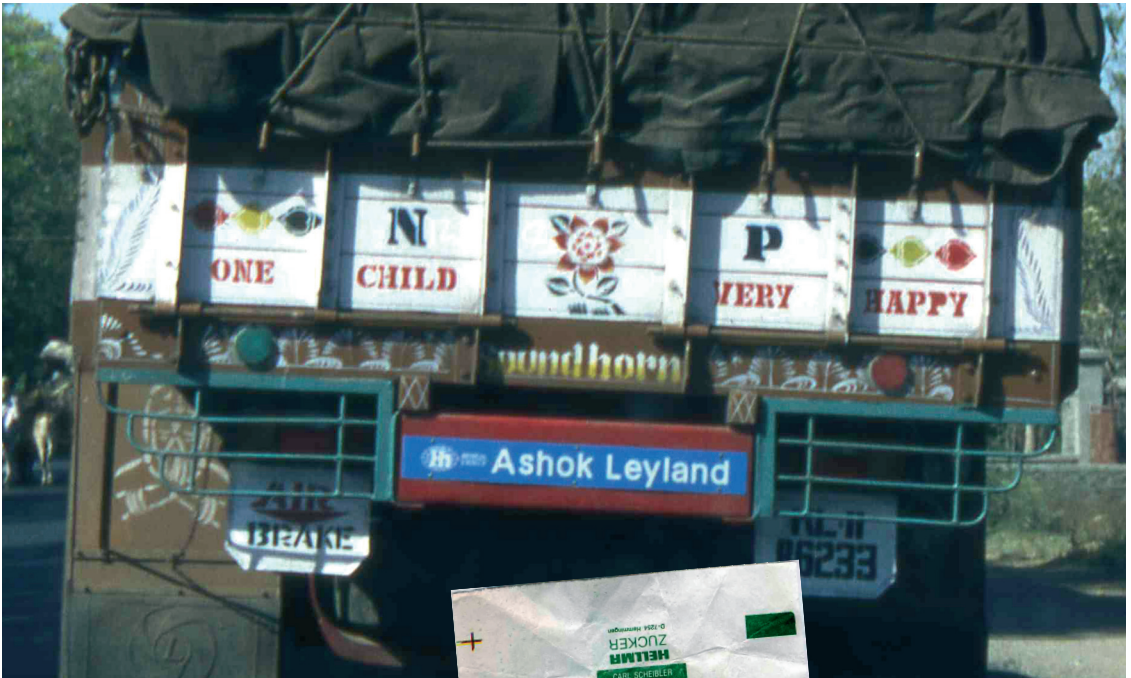
Vertrieb /      Universitätsverlag der TU Berlin  
Publisher:      Universitätsbibliothek  
Fasanenstr. 88 (im VOLKSWAGEN-Haus), D-10623 Berlin  
Tel.: (030)314-76131; Fax.: (030)314-76133  
E-Mail: [publikationen@ub.tu-berlin.de](mailto:publikationen@ub.tu-berlin.de)  
<http://www.ub.tu-berlin.de/>

Gestaltung: Jakob F. Dittmar  
Druck: docupoint Magdeburg

© Verlag der TU Berlin 2009  
Alle Rechte vorbehalten.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
Nebenbeimедien, Ambient Medien, En-Passant-Medien	
<b>En-Passant-Medien</b>	<b>21</b>
Grundlagen und Hintergründe	23
Begriff und Definition	29
Text-Bild-Medien	45
Analyse des Trägers und des Materials	51
Bildanalyse	55
Textanalyse	65
<b>Funktionen und Formen</b>	<b>73</b>
<b>Tattoo</b>	<b>75</b>
<b>Textilien: Kleidung, Möbel, Zelte...</b>	<b>79</b>
<b>Tragetaschen und andere Verpackungen</b>	<b>89</b>
<b>Graffiti</b>	<b>95</b>
Der Graffiti-Code	105
Unterscheidung Wandbild – Graffito	113
Eine Systematik zur Beschreibung von Graffiti	123
Graffiti als Medium	133
Graffiti als En-Passant-Medien	145
<b>Ergebnisse / Schluss</b>	<b>151</b>
<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>157</b>
<b>Abbildungen - Legende und Bildrechte</b>	<b>161</b>





# Einleitung

En-Passant-Medien? Das sind Objekte, die ganz nebenbei auch Medium sind. Sie sind, wie alle Medien, wesentlicher Teil und Träger des Zeichenprozesses. Soweit klingt das logisch – und einfach. Wenn man jedoch auf die Details sieht, ist einiges diskussionswürdig.

En-Passant-Medien können individuell und gegen die massenmediale Themensetzung gerichtet sein. Angesichts der Themen und Standpunkte, die in den Massenmedien vertreten sind, fehlt oft die Repräsentation des unangepaßten Individuums, statt dessen werden heute zumeist oft primär ideale Umfelder für Werbeflatzierung geschaffen. Solche (Massen-)Medien sind entsprechend undifferenziert, unkritisch und die politischen und sozialen Zustände verharmlosend.

Um über En-Passant-Medien sinnvoll diskutieren zu können, müssen einige Begriffe erklärt und in ihrem Gebrauch abgegrenzt werden, nicht zuletzt, um Missverständnisse auszuräumen.

Dabei geht es gar nicht so sehr darum, mit welchem Medienbegriff man arbeiten muß, um im hier vorgestellten Zusammenhang operieren zu können. Sowohl der enge wie auch der weite Medienbegriff ist anwendbar und führt zu brauchbaren Resultaten bei der Analyse und Bewertung (massen-)medialer Produkte. Der wesentliche Unterschied ist dabei die Einbindung in Kontexte: Wenn der öffentliche Raum als Medium verstanden wird, sind darin eingebrachte Zeichen auch als Aussagen zu lesen und interpretieren. Bei einer Beschränkung auf typische Massenmedien wie Druckprodukte o.Ä. verengt sich das Untersuchungsfeld zunächst, je nach Verständnis einzelner Kriterien von Massenmedien muss es aber später wieder erweitert werden. En-Passant-Medien bieten zum Teil Raum für individuelle Mitteilungen, Selbstausdruck, Darstellung von Positionen, die in den Massenmedien nicht geboten werden.



Es ist sinnvoll, den Begriff En-Passant-Medien einzuführen, obwohl es bereits verschiedene Definitionen von Massenmedien und Medien gibt. Denn er erlaubt die Untersuchung der medialen Ebenen verschiedenster Artefakte und Objekte, der mitteilungsform und ihres Inhalts und verdeutlicht dabei die Gemeinsamkeiten all der Mitteilungen, mit denen unsere Umwelt jenseits der eigentlichen (Massen-)Medien gespickt ist.

Durch die systematische Erschließung der Mitteilungsebenen diverser Träger wird das Kommunikationsdesign der Produkte deutlich. Sicher, man kann nicht nicht kommunizieren, aber man kann sich beispielsweise bewußt machen, wie sehr die Umwelt in den Dienst der Markeninszenierung genommen wird und dabei jede Zurückhaltung aufgibt. Ob sich durch die Überhäufung der Umwelt mit Zeichen deren Inhalte relativieren, bleibt offen. Es wäre aber beruhigend, wenn die Anstrengungen der Markenartikler, ihre Logos überall zu platzieren, schließlich dazu führten, dass keiner mehr die Logos unterschiede, sondern diese alle als gleichbedeutende Leerzeichen nicht mehr wirkten.

### **Nebenbeimedien**

En-Passant-Medien sind im allgemeinen Verständnis Nebenbeimedien. Aber der Begriff der Nebenbeimedien ist schon in einem etwas anderen Zusammenhang etabliert. Er wird verwendet, um Massenmedien zu bezeichnen, die innerhalb einer Gesellschaft nicht die Hauptquelle für Informationen sind, sondern „nebenbei“ konsumiert werden. Ein Beispiel ist das Radioprogramm, das zumeist begleitend zu anderen Tätigkeiten gehört wird, je nach Inhalt kurz in den Fokus der Aufmerksamkeit rücken kann, zumeist aber nur begleitet.

### **Ambient Medien**

En-Passant-Medien überschneiden sich in ihrer Bedeutung zum Teil mit „Ambient Medien“, unterscheiden sich von diesen am deutlichsten im Aspekt der Werbezentriertheit. Ambient Medien werden auch Umgebungsmedien und Umgebungsmarketing genannt und „überwiegend distributiv oder fest im direkten Lebens- und Freizeitumfeld von Jugendlichen und jungen Erwachsenen installiert“ (Deutscher Werbekalender 2003, 574),

**Heiß!**

ÄTZEND

**DRÜCKEN**

**DREHEN**

**ZIEHEN**

**NICHT AUS DEM  
FENSTER LEHNEN**

*WARM*

*KALT*

**MINDESTENS**

**HALTBAR**


**GIFTIG**

**BIS**

**HIER ÖFFNEN**

**KEINE HEISSE ASCHE EINFÜLLEN**





um die Zielgruppe in positiv konnotierten Bereichen ihres Lebensumfelds zu erreichen.<sup>1</sup> Wesentlich ist, dass Ambient Medien immer Werbung sind, En-Passant-Medien nicht nur Werbung, sondern auch alle andere Arten von Mitteilungen und Kommunikationen beschreiben, die mit Hilfe der verschiedensten Trägermedien übermittelt werden.

### **Ulrich Schmitz: Sprache in den modernen Medien**

Auslöser der Auseinandersetzung mit En-Passant-Medien waren die Überlegungen zu Nebenbeimedien, die Ulrich Schmitz 2004 vorgelegt hat. Er unterscheidet jedoch nicht zwischen Massenmedien und Dingen, die neben einer Hauptfunktion nebenbei Mitteilungen tragen. Für den vorliegenden Text ist diese Unterscheidung wesentlich. Das Hauptaugenmerk liegt auf Objekten, die durch aufgebrachte Information zum Trägermedium von Aussagen in Text und/oder Bild werden:

Wenn man die puren Texte von ihrem Erscheinungsort und aus ihrem multimodalen Kontext löst, ergeben sie, ähnlich wie handlungsnahe mündliche Alltagsgespräche, oft wenig Sinn. Entweder sind sie wie jene unmittelbar in einen Handlungszusammenhang eingebunden und beziehen sich auf ihn, und/oder die Botschaft ergibt sich aus dem Zusammenspiel von Wort und Bild.  
(Schmitz 2004, 102.)

1 <<http://media.spiegel.de/internet/media.nsf/RefLEintraege/2B1E8508370B8564C12574790033D1D8?OpenDocument>>



HIER WOHNTE  
SIEGMUND FLATOW  
Jg. 1884  
FLUCHT FRANKREICH  
LAGER GURS  
DEPORTIERT 1942  
ERMORDET IN  
AUSCHWITZ

## En-Passant-Medien

Schmitz' Überlegungen zu Nebenbeimedien greife ich auf und wende sie auf Artefakte und deren kommunikativen Ebenen an. Entsprechend habe ich die Beschreibung und Untersuchung von En-Passant-Medien zugespitzt: Im Folgenden geht es nur am Rande um Plakate und andere Medien, die zu Mitteilungszwecken geschaffen werden. Es geht um die unterschiedlichen Bedeutungsebenen von Objekten, die für die Präsentation von Mitteilungen genutzt werden – also zum Kommunikationsmedium werden: Hauptnutzung ist nicht der Mitteilungszweck, sondern zum Beispiel das Verpacken von Handelswaren wie Milch oder Zigaretten, das Wärmen und Schützen vor Witterung mit Kleidung, etc.

Die Materialität des Trägermediums und der aufgebrachten Mitteilung selbst ist als ungerichtete oder diffuse Mitteilung untersuchbar, wobei das schwierig wird: Zwar sind Materialien und deren Verarbeitung als Zeichen lesbar, beispielsweise für die soziale Zuordnung des Trägers von Kleidung, es sind aber nicht notwendigerweise absichtsvoll verwendete Zeichen.

Selten ist eine Abbildung gleichbedeutend mit einem geschriebenen Wort, ohne zusätzliche Informationen einzufügen, was natürlich auch an der höheren Abstraktionsstufe der Sprache liegt. Bildliche Informationen tragen im Bildausschnitt, der gewählten Perspektive und in der Auswahl des Objekts weitere Aspekte bei, die in der Bezeichnung des Objekts selbst zunächst nicht enthalten sind: Zum Beispiel können wir sagen „Eine Rose ist eine Rose“. Wenn wir diese Aussage illustrieren wollen, müssen wir aus der Menge der möglichen Rosen eine auswählen, diese wird dann in einer bestimmten Ansicht dargestellt. Auch ihr Zustand wird dabei bedeutsam – die Blüte ist weit offen, öffnet sich gerade oder welkt bereits, und dergleichen mehr.

Auch bei diesen Überlegungen verursachen vor allem die Grenzbereiche die größten Schwierigkeiten: Da lesbare und unterscheidbare Zeichen zu Zeichensystemen gehören müssen, benötigen sie immer Vorwissen. Die Bedeutung von Zeichen kann im Kern parasozial sein, also von den Aus-



formungen einzelner Kulturen unabhängig und allgemein verständlich – eine anthropologische Konstante. Zusätzlich zum eventuell vorhandenen allgemeinverständlichen Bedeutungskern tragen alle Zeichen soziokulturell übermittelte Bedeutungen, die ohne Kenntnisse der jeweiligen Kulturkreise nicht bekannt sind oder zugeordnet werden können. Da sich Kulturen zudem in zahlreiche Untergruppen mit unterschiedlichem Zeichengebrauch teilen, können Kommunikationen innerhalb dieser einzelnen Subkulturen von Angehörigen anderer Gruppen nicht unbedingt im Sinne der Mitteilungsgeber verstanden werden. Auch sind viele Konventionen, die sich auf die Kommunikation und jeden Zeichengebrauch auswirken, implizites Wissen – man kennt und beachtet diese Konventionen, ohne sie reflektiert zu haben oder auszudrücken. Dieses Wissen geht dabei weit über kommunikative und Medienkompetenz hinaus und betrifft zum Beispiel auch alle Objekte, die man als Trägermedien nutzen könnte. Jedes aktuelle Medienprodukt muss gegen dieses Vorwissen arbeiten, um als neue Information mit abweichender Bedeutung verstanden werden zu können. Die Schwierigkeit des ganzen Mitteilens vertieft sich dabei aber auch deshalb, weil das Vorwissen nicht im verwendeten Produkt selbst enthalten ist, sondern beim Publikum – oder eben nicht (Winkler 2008, 263). Daraus ergibt sich, dass offen bleiben muss, wann inhaltliche Information aufgrund ihrer Ungerichtetheit zum Ornament wird, weil nicht für alle beteiligten Subkulturen gesagt werden kann, wann die Hauptbedeutung der Aussage gar nicht mehr erkennbar ist, sondern von den Konnotationen und Assoziationen überlagert wird.

Das sei hier beispielhaft verdeutlicht: Eine orange-farbene Flagge ist in den Niederlanden aufgrund der Konnotationen ein anderes Zeichen als in Irland, obwohl sich beide auf das Haus von Oranien beziehen. In (Nord) Irland steht die Farbe jedoch für die Unterwerfung Irlands unter die englische Krone, in den Niederlanden für die Einung der Provinzen, die dadurch zur Weltmacht werden konnten. Zeichen sind immer, natürlich auch im Zusammenhang mit En-Passant-Medien, vom situativen Kontext und der intersubjektivität der Kommunikationspartner abhängig. Alle Beteiligten verwenden Zeichen und Codes entsprechend ihres kulturellen Vorwissens, sie encodieren und decodieren alle Zeichen, die sie verwenden oder mit deren Verwendung sie konfrontiert werden entsprechend ih-



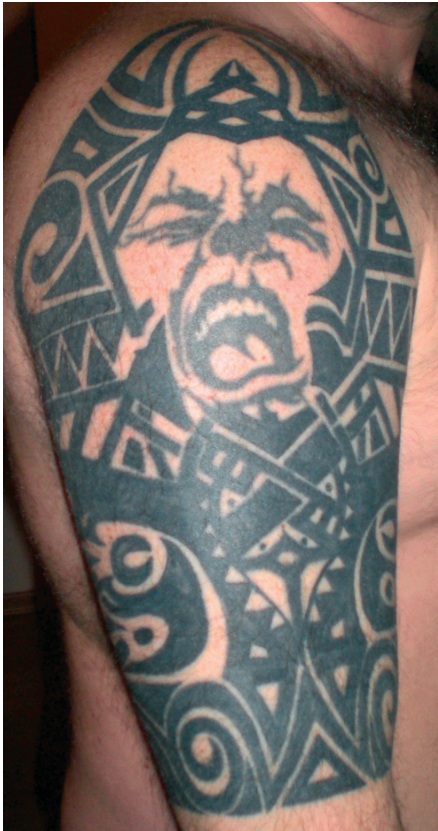
Eine Schallplatte ist auch, wenn ihre Form und Farbgebung zusätzliche Informationen z.B. zum Logo der Band und den beteiligten Musikern bietet, vor allem eine Schallplatte.



res kulturellen Hintergrundes und ihres Wissens über die jeweils anderen beteiligten Kulturen (Hall 1993, 95).

Alle neueren Medien beinhalten ältere Medien, alle En-Passant-Medien beinhalten andere Medien: Eine Plakatwand beinhaltet Schrift und Bilder und kann im Extrem bis zur Höhlenmalerei zurückverfolgt werden, deren deutlich schnelllebigere Verwandte sie ist. Interessant ist, dass durch die En-Passant-Medien McLuhans Grundsatzposition zur Form und Inhaltsverbindung aller Medien – „Das Medium ist die Botschaft“ – nicht eingeschränkt wird: Natürlich begrenzt das Material, die Produktionsart und die Form des Trägermediums die mögliche Gestaltung aller darauf kommunizierbaren Inhalte. Aber En-Passant-Medien überschreiten die Grenzen zwischen unterschiedlichen Medien und Artefakten, Materialmix und Entwicklungen der Fertigungstechnik erlauben die Erweiterung der kommunikativen Möglichkeiten, die die einzelnen Medien bieten. So kann zum Beispiel Plakatwerbung heute Musikstücke für das Mobiltelefon senden, Kleidungsstücke können nicht nur mit Bildern und Texten bedruckt werden, sondern z.B. die verwendeten Farben temperaturabhängig wechseln. Zunehmend werden Textilien mit anderen Materialien kombiniert, um die mit ihnen transportierten Mitteilungsakte zu diversifizieren. Die technischen Möglichkeiten erlauben es, die kommunikativen Möglichkeiten, die zum Beispiel ein Kleidungsstück bietet, als grundsätzlich erweitert anzusehen. Das Medium T-Shirt bleibt dennoch durch die Beschränkungen des Mediums „T-Shirt“ bestimmt, auch wenn sich diese verändern.

Bei vielen En-Passant-Medien kann getrennt betrachtet werden, ob sie Markierung oder inhaltliche Kommunikation oder noch etwas anderes sind. Bei einigen bestehen beide Bedeutungsebenen nebeneinander, bei anderen dominiert die eine klar über die anderen. So kann diese Frage zum Beispiel für Tattoo und Graffiti unterschiedlich beantwortet werden. Was jedoch nicht geklärt werden kann, ist die kommunikative Intention des Produzenten spezifischer En-Passant-Medien: In Betrachtung von auf Hauswände gesprühten Buchstabenkombinationen ist nicht zu klären, ob dies zum Beispiel die Reviermarkierung eines einzelnen Sprayers oder einer Gruppe ist, die sich von anderen solcher *Tags* unterscheiden soll,





oder ob es sich um eine zufällige Buchstabenkombination handelt, die jemand nur zur Füllung der gewählten Fläche verwendet hat.

Graffiti und Tattoos sind keine massenhaften Produkte. Vielmehr sind sie zumeist Einzelstücke oder individuell leicht unterschiedliche Teile einer Serie von Abbildungen. Nichtsdestotrotz sind sie Zeichenanwendungen mit einer mehr oder weniger konkreten Ausdrucksabsicht und können sogar als Massenmedien definiert werden.

Das erste Kapitel dient der Definition der En-Passant-Medien, die in verschiedenen Beispielen verdeutlicht wird. An Tätowierungen wird verdeutlicht, wie diese kulturabhängig als zusätzliche Mitteilungen zum Träger der Tattoos funktionieren. Auch Textilien trugen schon immer Zeichen neben ihren verschiedenen Hauptfunktionen. An die Überlegungen zu Kleidung, Decken, Möbelbezügen, usw. schließt die Darstellung von Tragetaschen und anderen Verpackungen an. Graffiti werden ausführlich als Produkt thematisiert, das Produzieren fließt nur begrenzt in die Überlegungen ein. Dieses Kapitel setzt sich mit Jean Baudrillards Thesen zu diesem Medium auseinander und entwirft dabei eine zeitgemäße Beschreibung von Graffiti und Wandbildern als Zeichensystemen.

## **Dank**

Ich danke den Diskussionspartnern und Korrekturlesern, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern meines Habilitationsvortrags an der TU Berlin, vor allem Friedrich Knilli, Wilfried Hendricks, Clemens Schwender und Armin Holten! Tack till Peder Hård af Segerstad! Ich danke dem TU Verlag! Dank an Annemarie von Velsen-Zerweck, Christoph Poggendorf, Götz Grandpierre, Steffen Schnittger und Gabriel Gedenk! Ich danke den Bildgeberinnen und Bildgebern! Und den Teilnehmenden des Seminars zu Nebenbeimедien an der Universität Duisburg-Essen im Sommersemester 2007. Besonderer Dank gilt meiner Familie für Unterstützung, Kritik, Rat und Bilder!

In Erinnerung an Dankfried Lanske und Ralf Braun.



WOLSDORFF TABACCO GMBH  
KETTWIGER STR. 2  
45127 ERBEN  
TEL. 0201 / 225824



**Revier -**

**Brand No. 42**

SPECIAL • PIPE • MIXTURE  
50G PIPETOBACCO • MADE IN EU

DIE EG - GESUNDHEITSMINISTER:

**Rauchen fügt Ihnen und  
den Menschen in Ihrer  
Umgebung erheblichen  
Schaden zu**

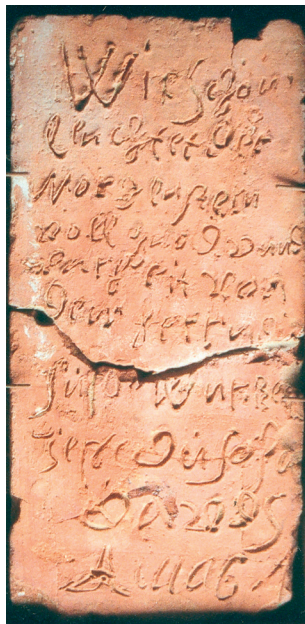
# En-Passant-Medien

Schrift in Bildern und Texten findet sich fast überall in unserer Umwelt. Objekte, die den unterschiedlichsten Zwecken dienen, werden zugleich als Träger für irgendwelche textlichen oder bildlichen Inhalte genutzt, wobei bei weitem nicht alle dieser Texte und/oder Bilder als intentionale Kommunikationen mit klarer Aussage, als bedeutungstragend bezeichnet werden können. Zum Teil reicht die Lesbarkeit der Zeichen selbst nicht aus, zum Teil erlaubt die Reihung der erkennbaren Zeichen keine Bedeutungszuweisung, sondern läßt sich nur als ornamentale Dekoration begreifen.

Die auf verschiedensten Objekten aufgebrachten Schriften und Bilder sind zum Teil Zusatzinformation zum Objekt oder dem Ort, an dem man diese findet. Gebäudeinschriften und Gedenktafeln sind hierbei als deutlichste Beispiele zu nennen.

Zum Teil besteht zwischen dem Objekt und seiner Beschriftung bzw. Bebilderung kein Zusammenhang, in anderen Fällen hängen diese aber direkt voneinander ab: Suchanzeigen auf Milchtüten haben weder mit dem Produkt, noch mit seiner Verpackung zu tun. Hinweise, die auf einer Zigarettenschachtel aufgedruckt sind, sind vor allem im Zusammenhang mit diesem Produkt und seinen Wirkungen sinnvoll, losgelöst davon sind sie nur begrenzt verständlich. Noch deutlicher wird dies bei Gebrauchsanleitungen, die sich auf die Verpackung beziehen, auf der sie aufgedruckt sind und generell bei allen Auflistungen von Inhaltsstoffen.

Im Folgenden werden zunächst die begrifflichen Grundlagen zu Zeichen und Medien in aller Kürze dargestellt, da sie in diesem Zusammenhang sehr wesentlich sind. Anschließend wird kurz die Bedeutung des Trägermaterials, also vor allem der Oberflächen dargestellt, auf denen Bilder und Texte aufgebracht sind, um dann differenziert auf die Analyse von Texten und Bildern eingehen zu können. Spätestens an diesem Punkt wird die Vielschichtigkeit und Verknüpfung der einzelnen Aspekte bei



En-Passant-Medien deutlich: Diese Texte und Bilder bestehen aus Zeichensystemen, mit deren Elementen die eigentliche Mitteilung auf der Oberfläche der Trägerobjekte dargestellt wird. Das En-Passant-Medium entsteht also im Zusammenwirken des Trägermediums und der darauf dargestellten Mitteilung, keines dieser Bestandteile kann ohne das andere En-Passant-Medium sein.

Es kann nur angeschnitten werden, dass logoartige Zeichen Kommunikationen sind, die spezifischer oder „mehr“ sind, als mit den Logos selbst ausgedrückt wird. Denn wie weit ein Logo verbreitet ist und ob es als Zeichen für ein Produkt oder eben auch grundsätzlicher verstanden wird, ist nur an Einzelfällen untersuchbar. Je nach Medium und Verwendung können sie Markierung oder inhaltliche Kommunikation sein. Welche dieser Ebenen gleichzeitig möglich sind, hängt von den Lesern der jeweiligen Informationen ab, und es ist festzuhalten, dass diese Frage z.B. für Tattoos und Graffiti aufgrund des Trägermediums unterschiedlich beantwortet werden kann.

## Grundlagen und Hintergründe

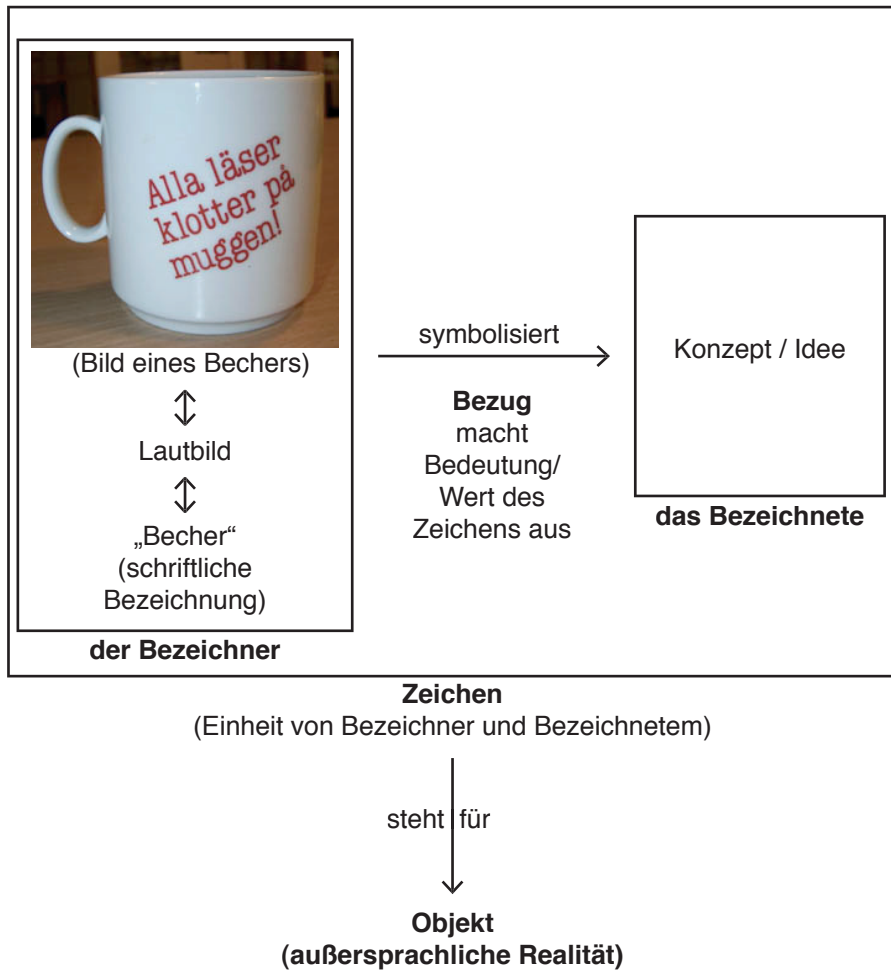
Wenn man von den verschiedenen Medienbegriffen in der medienwissenschaftlichen Debatte verallgemeinert, so dienen Medien immer der Mitteilung von Inhalten mit Hilfe von Zeichensystemen und damit der Kommunikation. Dazu können Elemente verschiedenster Zeichensysteme kombiniert werden, wie dies z.B. bei Kombinationen von geschriebenem Text und Bildern permanent geschieht. Text bietet sich dabei zum Verweis auf komplexe Konzepte und Zusammenhänge an, Bilder zeigen und kommentieren Zustände und Zusammenhänge dagegen direkt und vielschichtig, da sie die Lesart nicht durch eine Übertragung in Worte vorgeben.

Alle Zeichen fungieren als Einheit von Bezeichner und Bezeichnetem: Die Form des Zeichens wird von den Lesern entsprechend ihres Vorwissens erkannt und die mit diesem Zeichen verbundene Bedeutung gelesen. Zeichenbedeutungen sind in der Regel soziokulturell übermittelte, also





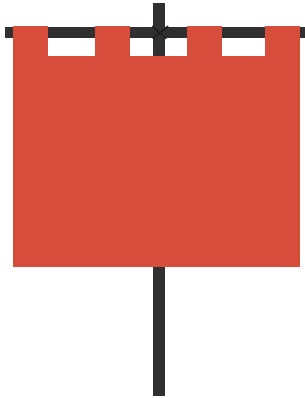
## Semiotisches Dreieck:



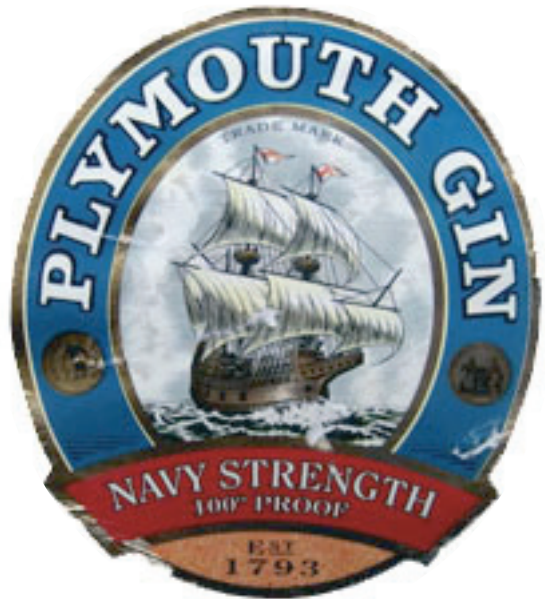
gelernte Inhalte, die in den allermeisten Fällen nicht in den Zeichen selbst fixiert sind. Ausnahmen sind Indizes wie z.B. Rauch als Anzeichen für Feuer oder ein lächelndes Gesicht als allgemeiner Ausdruck von Freundlichkeit.

Zeichen können für außersprachliche Realitäten stehen, die sich sprachlich gar nicht ausdrücken ließen, sie sind also Referenten, die an die jeweiligen Konzepte erinnern. Daher sind alle Versuche, die Welt oder Objekte in ihr zu beschreiben, auf die Auswahl von und die Reduktion auf Zeichen angewiesen. Die Objekte selbst können nicht ausgedrückt werden. Aller Ausdruck ist deshalb zwangsläufig Interpretation. Wesentlich ist, dass sich Zeichen zusammensetzen aus ihren Funktionen als Bezeichnetes und Bezeichner. Dabei ist das Konzept, die Idee, auf die ein Zeichen referiert, das Bezeichnete, während der Bezeichner die konkrete Form des Referenten ist, bei Sprache z.B. das Klangbild, bei Schriften die unterschiedlichen Formen der einzelnen Schriftzeichen, usw. Die Bedeutung des Bezeichners ist schließlich der Bezug auf das Bezeichnete, der den Inhalt, den Wert des Zeichens ausmacht (nach Ferdinand de Saussure). Auf dieser Zweiteilung basiert die Veränderbarkeit von Zeichenbedeutungen: Selbst wenn ein Zeichen in seiner Form unverändert in Verwendung bleibt, so kann die ihm zugeschriebene Bedeutung doch unabhängig davon weiterentwickelt, umgewertet oder auch ganz ausgetauscht werden. Zeichensysteme sind symbolische Systeme, deren verschiedenen Elemente es – aufgrund der ihnen zugeschriebenen unterschiedlichen Bedeutungen – ermöglichen, mit ihnen Informationen über die außersprachliche Realität mitzuteilen. Zeichen müssen sich also in ihrer Form voneinander unterscheiden, um unterschiedliche Bedeutungen tragen zu können. Die Bedeutung der einzelnen Zeichen wird – wie gesagt – fast immer soziokulturell vermittelt.

Das soll hier kurz verdeutlicht werden: Derselbe Bezeichner trägt in unterschiedlichen Kontexten – auch innerhalb derselben Kulturen – andere Bedeutungen. Diese können, müssen aber nicht verwandt sein. So ist ein Balkenkreuz, von dessen Querstange ein Stück Stoff herabhängt, aus Prozessionen bekannt und aus der Seefahrt als Mast, Rah und Segel. Die jeweilige Assoziation hängt von den gewählten Proportionen und narra-

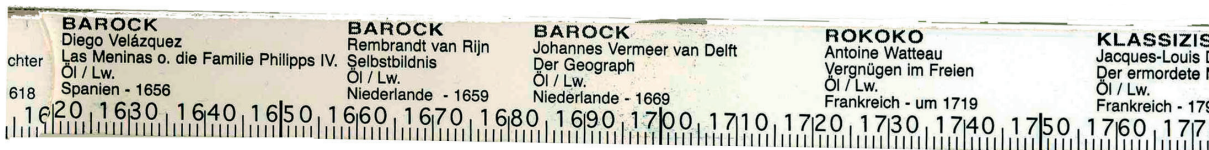


Zeichen des Gottes Lono



Schiff mit Rahsegeln

Zollstock, der zugleich 2000 Jahre Kunstgeschichte zusammenfaßt

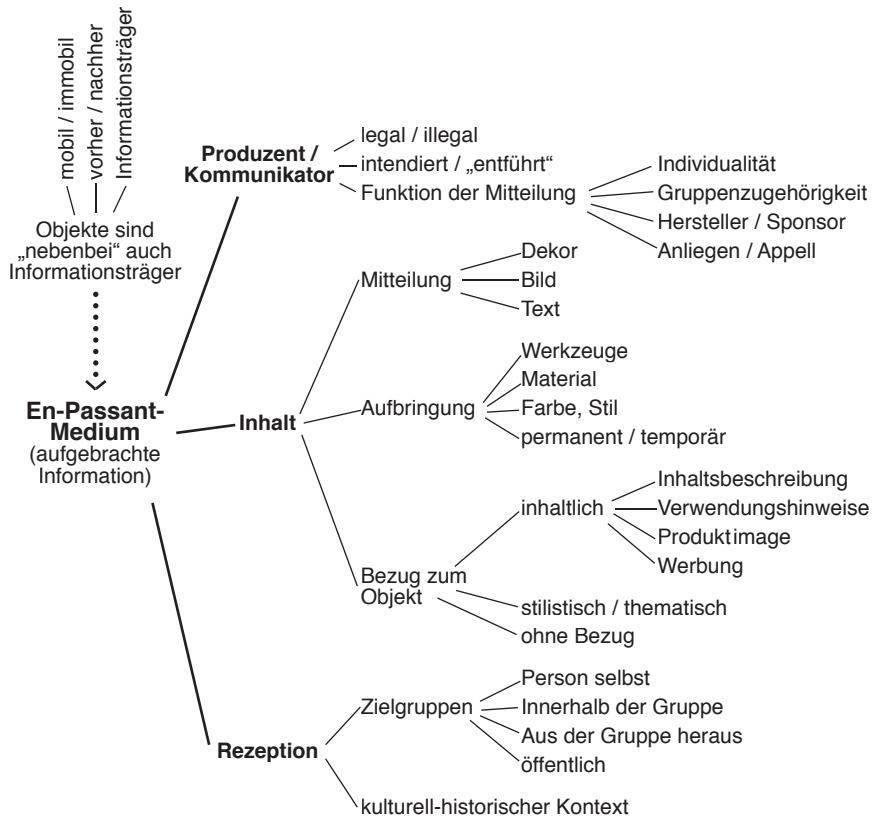




tiven Zusammenhängen ab. In Ozeanien symbolisierten zu Zeiten James Cooks vergleichbare Holzkreuze mit Banner den vom einfachen Volk verehrten Gott der Erde und des Wachstums, Lono. Beim Kontakt der Europäer und Ozeanier wurde der Zeichengebrauch der anderen Gruppe entsprechend des eigenen Vorwissens interpretiert. Die europäischen Segelschiffe erschienen den Einheimischen entsprechend als Zeichen dieses Gottes, zumal sie zufällig genau zum Beginn der Saison Lonos Hawai'i besuchten. Cook wurde als Personifizierung Lonos verehrt, als er später, während der Saison eines anderen Gottes, wiederkehrte und nicht in die Zeichen und Termine paßte, wurde er dem nun vorherrschenden Gott, Ku, der für Krieg und Opferung stand, geopfert (ausführlich in: Denning 1995, 140 f.).

KLASSIZISMUS	ROMANTIK	EDO PERIODE	IMPRESSIONISMUS	MODERNISMUS
Jacques-Louis David Der ermordete Marat Öl / Lw. Frankreich - 1793	Francisco de Goya Der 3. Mai Öl / Lw. Spanien - 1808	Katsushika Hokusai Die große Woge Farbholzschnitt Japan 1823-1829	Vincent van Gogh Weizenfeld mit Raben Öl / Lw. Frankreich - 1890	Amedeo Modigliani Liegender Akt Kopf verschränkt Öl / Lw., Frankreich - 1917
0 1760 1770 1780 1790 1800 1810 1820 1830 1840 1850 1860 1870 1880 1890 1900 1910				

## Übersicht über die Aspekte von En-Passant-Medien:



## **En-Passant-Medien: Begriff und Definition**

Ulrich Schmitz hat den Begriff Nebenbeimедien als Bezeichnung für Nicht-Leitmedien definiert, aber nicht umfassend behandelt. Massenmedien, die innerhalb einer Gesellschaft die Hauptquelle für Informationen sind gelten als Leitmedien. Ein Beispiel ist das Radioprogramm, das heutzutage zumeist begleitend zu anderen Tätigkeiten gehört wird. In diesem Verständnis gibt es Leitmedien, die andere Medien zu Nebenbeimедien reduzieren. Die historische Entwicklung der Massenmedien beschreibt demnach die Entstehung und Abfolge von Leitmedien, deren Koexistenz und gegenseitige Verdrängung. Seine Überlegungen erlauben die folgende Differenzierung der Nebenbeimедien:

Nebenbeimедien, die primär spezifischen Mitteilungszwecken dienen, z.B. Plakate, Aufkleber, Werbeblätter, usw.

Nebenbeimедien, deren Hauptfunktion nicht der Mitteilung dienen, die aber zusätzliche Mitteilungsfunktionen übernehmen können, z.B. Einkaufsstützen und andere Tragetaschen, Kleidungsstücke, Graffiti.

Die erste Gruppe läßt im Prinzip alle Kommunikationsmedien zu, die nicht als „Leitmedien“ definiert sind. Aufgrund der erheblichen Weite dieser Kategorie ist sie zur Differenzierung von Unterschieden zwischen Medien gar nicht geeignet. Entsprechend wird hier die Definition von En-Passant-Medien ausschließlich auf die untere Kategorie begrenzt. Im Folgenden geht es vor allem um zusätzliche Informationen, die verschiedenste Objekte und Artefakte neben einer anderen Funktion transportieren, und so Trägermedium von Aussagen in Text und/oder Bild werden.

Ein Objekt ist also aufgrund seiner zusätzlichen Mitteilungsfunktion En-Passant-Medium. Wesentlich ist das Nebeneinander der Funktionen: Objekte sind nebenbei auch Informationsträger. En-Passant-Medien definieren sich entsprechend darüber, daß sie auf dem Objekt oder Artefakt aufgebrachte Informationen tragen, die ihm eine zusätzliche Bedeutung geben, die dieses sonst nicht trüge.



## **Im Randbereich: Plakate, Schilder und Manipulationen**

Plakate werden primär zu Kommunikationszwecken geschaffen, die beabsichtigte Werbebotschaft kann aber schon durch die Platzierung des Plakats, also die Umgebung massiv beeinflusst werden, durch Verwitterung und Teilabrisse kann sich ihre Aussage ebenfalls völlig wandeln. Verkehrsschilder können auf kulturell besondere Orte und Inhalte verweisen, womit ihre Funktion deutlich über die Regelung des Straßenverkehrs hinausgeht. Wenn Plakate und Schilder bearbeitet werden, ändern sich Aussagen und Bezüge zumeist eindeutig.

Für Werbung werden bei der anvisierten Zielgruppe beliebte Objekte, Szenen und Orte mit dem beworbenen Ding in Verbindung gebracht und inszeniert, um die Sehnsüchte des Publikums anzusprechen. Die Sehnsüchte des Publikums werden durch die massenmediale „Beschallung“ einheitlicher. Dabei ist immer wieder festzustellen, dass Werbung die Bilder der Sehnsüchte mehr oder weniger unabhängig von der beworbenen Ware, dem Produkt verwendet (s. Haug 2009, 40 ff.). In Anzeigen und Plakaten werden also populäre und positiv besetzte Motive, Handlungen, Orte und Objekte in Zusammenhang mit dem beworbenen Produkt gebracht und mit diesem oder an seiner statt abgebildet. Die enthaltene Information, die Werbebotschaft ist immer eindeutig.

Wenn man Plakate bearbeitet, verschiebt sich nicht der Mitteilungsscharakter, aber die enthaltene Information. Z.B. bleibt bei teilübermalten Plakaten deren Mitteilungsfunktion erhalten, ihre Aussage kann aber durch die Manipulation vollständig verändert werden. Mit dieser ändert sich die Botschaft und gegebenenfalls das Zielpublikum. Die ursprünglich intendierte werbende Funktion eines Plakats kann dabei völlig aufgehoben und in pauschale Konsumkritik oder auch in gezielte Kritik am beworbenen Produkt gewandelt werden. Ein solchermaßen verändertes Plakat ist dann nicht mehr Mitteilung des werbetechnisch geplanten und massenmedial verbreiteten Inhalts, sondern kannibalisiert die Vorlage.

Ein vergleichbarer Fall sind durch Aufkleben oder Auftragen zusätzlicher Details manipulierte Straßenschilder. Sie werden nach wie vor als die Verkehrszeichen erkannt und behandelt, die sie trotz der Veränderung sind.





Nicht nur Fußgängerüberweg, sondern auch Hinweis auf den Studentenbund, dessen Haus sich direkt an diesem Überweg befindet.



Bitte um Rücksicht auf kreuzende Katzen und zusätzlicher Verweis auf die im Bild gezeigte Hauptfigur eines schwedischen Kinderbuchs.



Hinweis auf Informationen zum Standbild und der dargestellten historischen Persönlichkeit, die per Mobiltelefon abgerufen bzw. angehört werden können.

Die zusätzlich eingebrachte Information verändert ihre Funktionalität als Verkehrszeichen normalerweise nicht, eröffnet aber ganz andere Bezüge und Kontexte: Ein Verkehrszeichen kann so auf einer zusätzlich geschaffenen Bedeutungsebene z.B. als Kommentar zu sozialen oder politischen Zuständen oder Ereignissen fungieren. Diese Schilder bleiben Teil des Zeichensystems der Straßenschilder, zugleich aber sind sie nun Teil anderer Zeichensysteme mit ganz anderen, nicht an ihre ursprüngliche Bedeutung gebundenen Inhalten. Es ist mit der gegebenen Definition von En-Passant-Medien möglich, manipulierte Plakate und Verkehrszeichen als En-Passant-Medien zu begreifen. Das gilt erst recht, wenn aufgrund von Bearbeitungen Bezüge hergestellt werden, die über den Originalkontext oder die Denotation des unmanipulierten Zeichens hinausgehen. In wie weit Hinweisschilder zu landschaftlichen oder historischen Besonderheiten und verschlissene oder bedeutungsverändernd platzierte Plakate En-Passant-Medien sein können, bleibt zu klären.

Es geht nicht darum, daß ein Objekt oder Artefakt eine Information transportiert, sondern daß es dies zusätzlich zu anderen Funktionen tut. Ein Verkehrsschild ist zum Beispiel laut der hier verwendeten Definition kein En-Passant-Medium, da es primär zu spezifischen Mitteilungszwecken innerhalb des Straßenverkehrs geschaffen ist. In der hier vorliegenden Systematik müssen Artefakte, die primär Mitteilungszwecken dienen, jedoch durch zusätzliche Inhalte erweitert werden, um En-Passant-Medium zu sein. So wird zum Beispiel durch Manipulationen an Form und/oder Inhalt eines Verkehrsschildes der Bezug des Schildes verändert. Der thematische Bezug muß dabei über die eigentliche Zeichenbedeutung und Bezugnahmen des Schildes hinaus getragen werden und auf andere Themen und Zusammenhänge bezogen werden. Aufgrund dieser zweiten Bedeutungsebene ist es dann ein En-Passant-Medium, obwohl hier der Hauptzweck eine Mitteilungsabsicht ist. Folglich muß die erste Gruppe der Nebenbeimедien, also „Nebenbeimедien, die primär Mitteilungszwecken dienen, wie z.B. Plakate, ...“ geteilt werden. Die zweite Gruppe gehört zu den En-Passant-Medien, die erste nicht immer oder unbedingt. Es ist zu unterscheiden zwischen:

unveränderte Massen- bzw. Kommunikationsmedien,





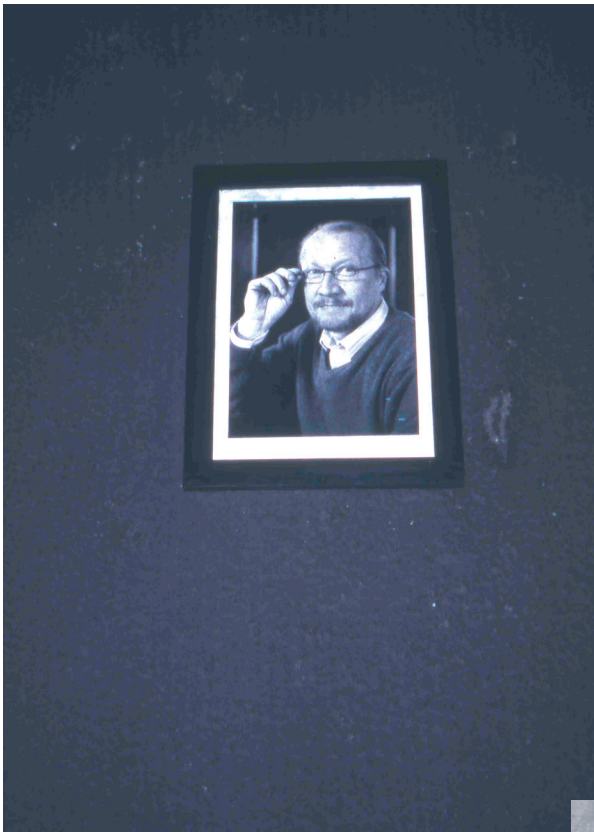
manipulierte Mitteilungsträger, deren Inhalt aufgrund der Veränderung über die ursprüngliche Botschaft hinaus Bezüge herstellt.

En-Passant-Medien sind in ihrem jeweiligen Hauptzweck divers, als Nebenfunktion sind sie Präsentationsfläche für Mitteilungen oder Kommunikationen. Es geht nicht um das Artefakt zum Beispiel als Statussymbol, sondern um die Nutzung von Objekten als Trägerfläche bzw. Untergrund für Mitteilungen, für Kommunikationsakte, deren Inhalt nicht mit der symbolischen Bedeutung des Objekts zusammenhängen müssen.

Unterschieden werden können innerhalb des En-Passant-Mediums verschiedene Aspekte oder Ebenen, die jeweils ganz andere Fragen und Zusammenhänge in den Mittelpunkt der Überlegungen rücken. Zentral und unabdingbar ist die Auseinandersetzung mit den Inhalten, die betreffs der Formen und möglichen Bezüge untersucht werden können. Die Art der Herstellung, der Aufbringung der Informationen und der Bezug zum Objekt ist untersuchbar.

Auch kann der Produzent beziehungsweise Kommunikator in seinem Zugriff auf Zeichensysteme und seine sozialen Rahmenbedingungen unterschiedlich weit in das Zentrum der Überlegungen gerückt werden. Die Funktion der Mitteilung, der Zeichen kann dabei wiederum in verschiedenste Aspekte geteilt werden. Schließlich ist die Rezeption des Zeichengebrauchs bei verschiedenen Zielgruppen untersuchbar: Der jeweilige kulturelle und/oder historische Kontext, und damit zusammenhängend zum Beispiel auch die Weiterentwicklungen der einzelnen Arten von En-Passant-Medien.

En-Passant-Medien beinhalten in aller Regel nur kurze Texte, da sie sich für lange Texte nur in wenigen Fällen eignen. Sie kommunizieren einseitig und verfügen über keinen Rückkanal, wenden sich meist an keine individuelle Person, sondern an Gruppen oder die Öffentlichkeit allgemein. Auch bei Graffiti wie „Mausi, ich liebe Dich!“ ist die Leserschaft nicht auf den Adressat „Mausi“ beschränkt, wenn es im öffentlichen Raum angebracht ist. Deshalb sind sie als Massenmedien beschreibbar.



Kritik an der Unwirtlichkeit und Häßlichkeit bestimmter Orte kann auch durch das Anbringen „heimeliger“ Elemente verdeutlicht werden. Bei diesem Beispiel muß man diese Absicht aber wissen, da die Gestaltung sonst eher auf einen Unfall- bzw. Gedenkort verweist.



Bild eines Monster-Transport-Balls aus der Pokemon-Serie. Wo ein solcher Ball geöffnet wird, setzt er ein Monster frei. Wenn das Bild des Balls ein Zeichen ist, wofür steht es?

## **Street-Art**

*Street-Art* ist nicht gleichbedeutend mit En-Passant-Medien, auch wenn sich diese gelegentlich überschneiden, z.B. Graffiti in der gesamten Bandbreite ihrer gestalterischen Möglichkeiten inklusive aufgeklebten Bildern und Botschaften sind En-Passant-Medien und Street-Art. Street-Art findet definitiv auch in En-Passant-Medien statt, aber ebenso in selbständigen, primär zu diesen Kommunikationszwecken geschaffenen Artefakten.

## **Briefmarken und Geld**

Briefmarken und Geldstücke bzw. Geldscheine als massenmediale Produkte zu verstehen, ist aufgrund der jeweiligen Produktions- und Wirkungsweise einleuchtend. Undeutlicher wird die Zuordnung, wenn die Abgrenzung des Artefakts in seiner Funktion nicht mehr von seinem massenmedialen Charakter bestimmt wird, sondern andere Funktionen im Vordergrund stehen. Dass z.B. sechs identisch beschriftete Lokomotiven der Deutschen Bahn zugleich Massenmedium sind, hängt von der gewählten Definition von Massenmedien ab. Wenn man mit Gerhard Maletzkes Definition arbeitet, sind diese Lokomotiven neben ihrer Hauptaufgabe zugleich ebenso Massenmedien wie Zeitungen, Plakatwerbung, etc. Dass ein Graffito oder ein Tattoo ebenso Massenkommunikation ist, hängt von den technischen Verbreitungsmitteln ab:

Massenkommunikation ist Kommunikation, die:

öffentlich (ohne begrenzte und personell definierte Empfänger)

durch technische Verbreitungsmittel (Werkzeuge, hier: Medien)

indirekt (mit räumlicher und/oder zeitlicher Distanz)

und einseitig (ohne direkten Rückkanal)

an ein disperses Publikum (räumlich oder zeitlich verteilt auftretend) vermittelt werden. (Maletzke 1998, 45 f.)



VANHOVEN NACHMACHT  
DES VEREDELICHT  
FRANCISCHES VEREDELICHT  
DAN VEREDELICHT  
WEN VEREDELICHT BRINKE  
LENNIT VEREDELICHTTRAUF  
RICHT UNTER ZWIT JAREN  
BUTERAF

Geld wird zum Beispiel zum Träger kultureller Inhalte und ist damit nicht mehr nur Zahlungsmittel, sondern wird Medium politischer, sozialer und anderer Inhalte und Zusammenhänge. Geld dient zumindest nebenbei der Selbstdarstellung der ausgebenden Nation und der von ihr als staatstragend gedachten Kultur, ihrer Ideen und Konzepte (hierzu: Haskell 1995) und der Betonung historischer Bezüge (hierzu: Flacke 2004). Wenn der indische Staat seinen Zwei-Rupien-Stücken Aussagen wie „Small Family – happy Family“ inklusive der Darstellung einer Figurengruppe bestehend aus Mann, Frau, Junge und Mädchen einprägen läßt, so ist dies als Versuch zu sehen, dieses Konzept zu propagieren und dessen Verbreitung in der Bevölkerung zu unterstützen. Aber auch ohne derart deutliche pädagogische Absichten wird auf Münzen die gesellschaftliche Verfaßtheit thematisiert: das Staatsoberhaupt wird abgebildet, das Ausgabeland wird „Staat“ oder „Republik“ benannt, usw. Auch andere nationale Botschaften werden auf diese Weise kommuniziert und stabilisiert.

Diese Vorstellungen bauen auf den in der Literatur, Schlagern, den bildenden Künsten usw. vermittelten Beschreibungen und Fantasien zur eigenen Nation und deren Eigenschaften auf. Sie integrieren romantisierende Vorstellungen, z.B. von der Freiheit der Meere oder auch der nationalen Herrschaft über diese. Unauffällig und wie nebenbei können Motive zu vertrauten Bildern Teil der eigenen Kultur werden. Eine sitzende Britannia mit Neptuns Dreizack in der erhobenen Hand findet sich seit 1672 auf britischen Halfpenny-Münzen, seit 1860 zusammen mit Schiff und Leuchtturm. Das Motiv wird später auf der One-Penny-Münze weiterverwendet, erst ohne Schiff und Leuchtturm, später mit Leuchtturm, schließlich auf der 50 Pence-Münze, nun Britannia mit Ölweig in der erhobenen linken Hand, den Dreizack in rechter Hand und Armbeuge ruhend. Der Halfpenny zeigte von 1937 bis 1970 dann die *Golden Hinde* als Symbol maritimen Wagemuts. Die Abbildung des Segelschulschiffs *Gorch Fock* auf bundesrepublikanischen Zehn-DM-Scheinen ist vergleichbar: Sie inszeniert einen Bezug zur See und romantisiert die Marine und die große Fahrt unter Segeln. Die Sternstunde der deutschen Marine – die Revolution 1918/19 – wird im Bildfundus der Bundesrepublik nicht zelebriert.



Säbelinschriften: „Freie Hanseatische Bürgergarde / Für eigenes Wohl / Gedenke des 30ten May 1813 und 1814“



## Waffen

Die Nutzung von Objekten selbst ist gegebenenfalls mehrschichtig: Ein Säbel ist zum Beispiel eine Schlagwaffe und zugleich ein Symbol der Kampfbereitschaft, des Willens und der materiellen Ausstattung zum Kampf. In tradierter Form auch ein Zeichen von Männlichkeit, etc., nicht jedoch der Eleganz, des Duells als Kunstform, sondern des Willens zu verletzen. Alles das ist symbolisch und konnotativ zur Form des Objekts. Wenn ein Säbel beschriftet und entsprechend sinntragend dekoriert wird, so ist diese mediale Ebene des Objekts für andere kommunikative Zusammenhänge als die bewaffnete Auseinandersetzung selbst bestimmt, da in der keine Zeit bleibt, die Beschriftung der Waffen zu lesen und auf ihre Bedeutung hin zu interpretieren. Gleiches gilt für die Widmung von Waffen, wie z.B. Bomben und Flugkörpern durch Beschriftung mit Grüßen z.B. an die Befehlshabenden der gegnerischen Seite. Wie die Säbelinschrift ist dies als Stimmungsausdruck der diese Waffe verwenden wollenden Seite zu lesen, die andere wird die Widmung aller Wahrscheinlichkeit nur in Folge ihres Versagens lesen können. Die Präsentation von



Waffen hat als Kommunikationsakt soziologisch verschiedene Funktionen, die durch die konkreten Inhalte der Beschriftung jedoch zugespitzt oder thematisch eindeutiger gemacht werden können. Grundsätzlich soll sie die Gruppe der Waffentragenden einen und ihren Mitgliedern die gemeinsame Unterstützung der konkreten Kampagne, die Bereitschaft und Stärke verdeutlichen. Eine solche Vereinnahmung ist heute nicht mehr grundsätzlich gewährleistet. Angesichts der wachsenden inner-US-amerikanischen Kritik am Irakkrieg ist die Beschriftung eines Flugzeugs mit

Es gibt zahlreiche Bildbeispiele für Bombenbeschriftungen, zunehmend auch von schreibenden Kindern, während dies zuvor den Soldaten der kriegsführenden Parteien vorbehalten war.

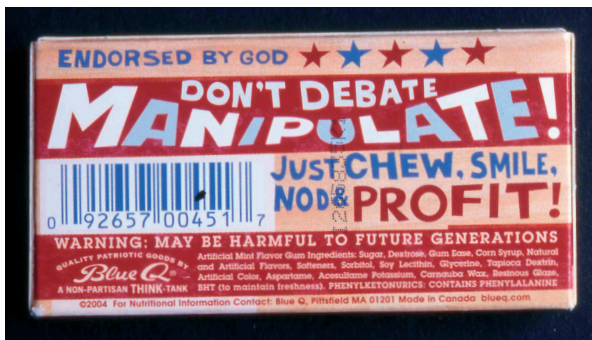
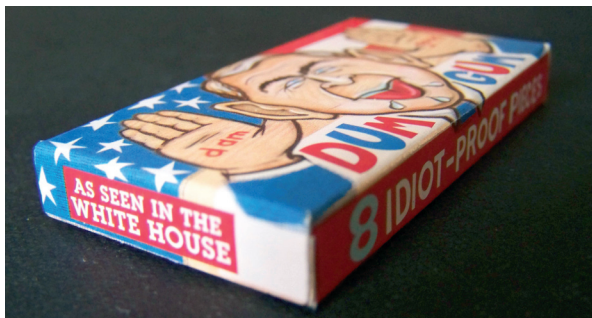
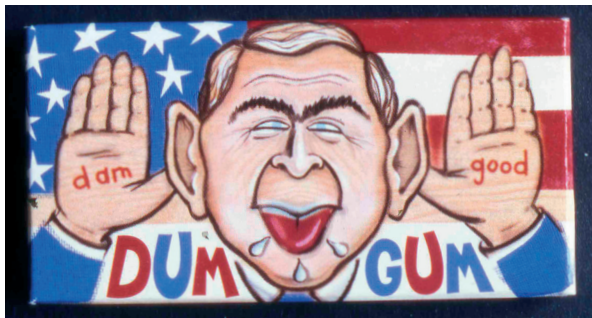
Die Paradoxie ist erheblich: Wenn die Gegenseite die Widmung auf einer Bombe lesen kann, dann hat der Sprengkörper nicht funktioniert. Wenn die Hauptfunktion des Trägermediums jedoch ausgelöst wird, gibt es nichts mehr zu lesen und wahrscheinlich auch niemanden vor Ort, der noch lesen könnte.



dem Satz: „What happened? It was over so fast!“<sup>2</sup> nicht eindeutig propagandistisch, sondern beschreibt die Geschwindigkeit des Flugzeugs. Auch thematisiert die Beschriftung, wie schnell die Waffen wirken können. Ob die Unmöglichkeit der Gegenseite, sich gegen die Waffen zu wehren, mitschwingt, ist jedoch reine Interpretation.

Die in Text und Bild gegebenen Informationen beziehen sich auf die Verwendung des Objekts, sind aber in gewissem Maße selbständig und unabhängig davon verstehbar. Sie tragen die Hauptbedeutung der abgebildeten und geschriebenen Inhalte selbständig, sind also auch auf andere Medien übertragbar, jedoch dann nicht mehr mit derselben Bedeutung lesbar: Die Aufschrift auf einer Waffe trägt auf einem Kaugummiautomaten eine andere Bedeutung, die Aussage einer T-Shirt-Beschriftung kann sich ebenfalls ändern, wenn sie auf einer Fahrzeugheckscheibe angebracht wird. Je nach Trägermedium bedeutet der eingesetzte Detailreichtum von Bild beziehungsweise Text, dass Rezipienten unterschiedlich viel Zeit brauchen, um die reduziert dargestellte oder ausführlich ausgemalte Beschreibung und die enthaltenen Informationen aufzunehmen. Je nach Einsatzbereich des jeweiligen Trägermediums ist es gar nicht möglich, diese Informationen in der gegebenen Zeit zu entschlüsseln. Deutlich wird bei allen Beispielen immer auch die Funktion als Zuordnungszeichen: En-Passant-Medien helfen beispielsweise, nach ästhetischen Gesichtspunkten Zeichenträger zu Gruppen zuzuordnen. Sie legen in der Bewertung der Zeichen Vorentscheidungen an, die das Handeln beeinflussen können, zum Beispiel die Abgrenzung gesellschaftlicher Gruppen voneinander und die eigene Zuordnung zu ausgewählten Gruppen und Kulturen.

2 <[http://21361.com/website/photos\\_vids/011.html](http://21361.com/website/photos_vids/011.html)>  
<[http://21361.com/website/photos\\_vids/012.html](http://21361.com/website/photos_vids/012.html)>



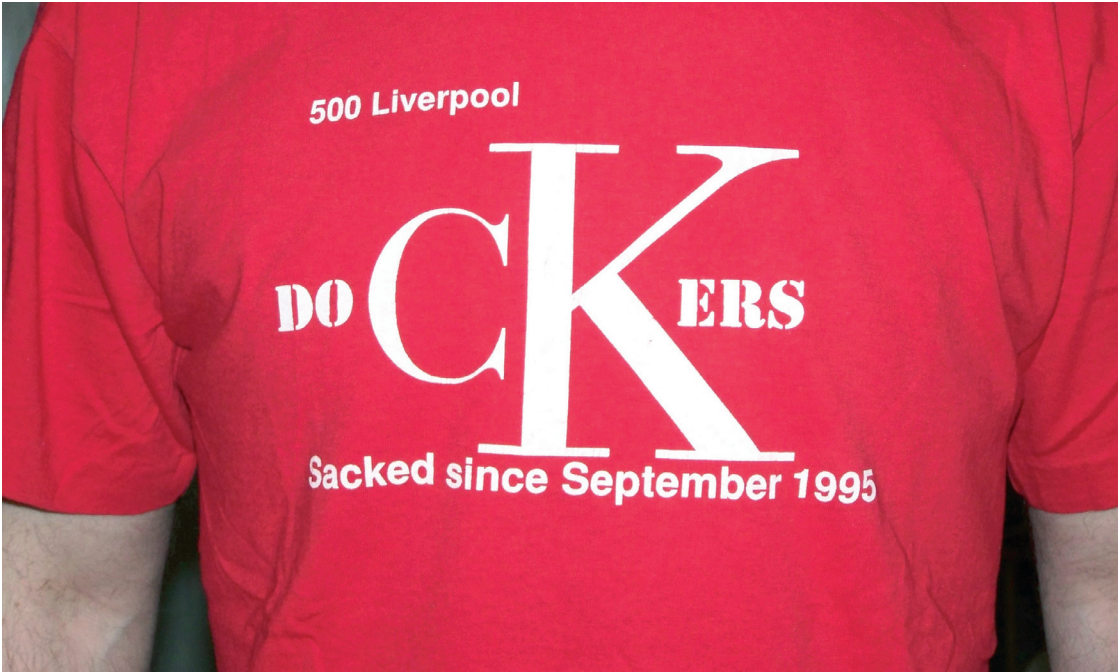
Eine Packung Kaugummi, bei der es nur um die Verpackung geht, denn sie trägt alle Aussagen dieses Wahlkampfbeitrags.

## **Text-Bild-Medien**

Unsere Umwelt ist voller Text. Bei Zeitungen und Zeitschriften, natürlich auch bei den Massenmedien Fernsehen und Internet erwarten wir, dass sie Informationen in Texten und Bildern transportieren. Sprachliche Informationen werden bei gedruckten Produkten in typografisch gestalteter Schrift und zumeist als Teil einer Text-Bild-Komposition dargestellt (Schmitz 2004, 101). Diese erfüllen dabei gleichzeitig mehrere Zwecke: So dienen die sprachlichen Informationen zum Beispiel der Werbung, der Information, der Unterhaltung, der Imagepflege usw. Auch die Bilder tragen natürlich zu diesen Zwecken bei. Man sollte sogar betonen, dass sie die Text-Bild-Komposition gegebenenfalls dominieren, da sie leichter als Text zu lesen sind: Bilder sind unmittelbarer in ihren Grundinformationen und zumeist ohne soziokulturelle Überformung zu decodieren, wenn sie zum Beispiel parasoziale Informationen tragen:

Inhalte werden in reinem Text Wort für Wort konstruiert, die Bilder hierzu entstehen in der Vorstellung des Lesers. Bilder stellen hingegen die Konstruktion der Situation zum Beispiel durch den Zeichner dar, die der Betrachter leichter aufnehmen kann, da Vorstellungen bereits konkretisiert und verbildlicht sind und „nur“ noch ausgeschmückt werden müssen. Wesentliche Inhalte sind dabei direkt dekodierbar, da sie angeborene Auslösemechanismen und durch Erworbenes ergänzte angeborene Auslösemechanismen aktivieren (Berghaus 1986). So werden zum Beispiel Emotionen und Gestalten direkt wahrgenommen. Ebenso verhält es sich mit Entfernungsdarstellungen und der empfundenen Nähe des Betrachters zum und Einbeziehung in das Geschehen. Aber auch Bilder lesen wir vor allem entsprechend unseres soziokulturellen Vorwissens.

Die Gesichter von Figuren vermitteln wesentliche Informationen über deren Stimmungen, Gefühle und emotionalen Zustände. Deshalb sind für jeden Menschen die Gesichtsausdrücke anderer wichtig für die Einschätzung ihrer Reaktionen auf ein Geschehen. Der Mensch ist darauf eingerichtet, Gesichter und deren Ausdruck zu entschlüsseln und überträgt die dort erkannten Merkmale für emotionale Zustände aus seiner Kenntnis menschlicher Emotionen: Eine Batterieabbildung in einer Gebrauchsan-



/o: }o: {o:, D o: )o: (o: (o:

leitung soll dann zum Beispiel mit entsprechend fröhlichem oder wütendem Gesichtsausdruck dargestellt verdeutlichen, wie die Batterie richtig in das Gerät eingelegt wird. Je nach Detailreichtum sind Gesichter auf wenige wichtige mimische Signale reduziert. Entsprechend sind Karikaturen das Ergebnis von Vereinfachungen und Übertreibungen. Je mehr Details eines Objekts nicht abgebildet werden, je mehr es auf wesentliche Merkmale reduziert wird, desto schneller ist ein Bildinhalt zu erfassen. Eine grobe Vereinfachung wirkt schneller humoristisch als eine relativ realistische Wiedergabe von Merkmalen.

Die Darstellungsebenen Text und Bild und die darin enthaltenen Informationen fixieren und ergänzen einander. Bilder werden durch textliche Interpretationen und andere Kommentare ergänzt. Die Bildinhalte werden im Sinne der Aussageabsicht gewertet und vermittelt, Situationen mit ganz spezifischen Stimmungen und Gefühlen aufgeladen, Zusammenhänge können über das rein Bildliche oder Textliche hinaus hergestellt werden.

Auch sollte man nicht vergessen, dass Bilder auch in unserer Kultur eine Schrift neben der Schriftsprache sind. Sie sind non-verbale Kommunikation im Sinne von nicht text-schriftlich. Dennoch können Bilder etabliert und daher mit bestimmten Bedeutungen aufgeladen verwendet werden: Die Bandbreite der Aussagen von und mit Smileys und deren Weiterentwicklung verdeutlicht diese Funktion von Abbildungen.

Bilder, also Motive, Themen und Inhalte stehen in entsprechenden Bildtraditionen, die die Bildgestaltung beeinflussen. Moden und Konventionen wirken sich auf diese Gestaltungsformen von Bildern aus, nicht zuletzt aufgrund der Omnipräsenz der Werbung und ihrer Inhalte. Entsprechend sind diese etabliert und lassen sich jeweils nutzen. Sie können variiert und gebrochen werden, wodurch unterschiedliche und individuelle Stile unterscheidbar werden, Abbildungstraditionen hinterfragt, Lesegewohnheiten irritiert und schließlich wiederum neue Sehgewohnheiten entstehen können. Beispielsweise greift ein T-Shirt, auf dem an entlassene Liverpooler Hafenarbeiter erinnert wird, in seiner typografischen Gestaltung auf ein Modelogo zurück und persifliert durch diese Kombination von



## FRISCHE EIER BRAUCHT DAS REVIER



**LANDFRISCH-AUSGEZEICHNET mit LEGESTEMPEL**

Mode-Label und dem Inhalt des T-Shirt-Aufdrucks die von den Betreibern der Marke erhoffte und behauptete Bedeutung dieses Labels. In wie weit dabei allgemeine Konsumkritik mitschwingt, bleibt Interpretation.

Bricht man mit den tradierten Darstellungsweisen, hat der Betrachter erst einen Zugang zu den neuen Abbildungsweisen zu finden. Sowohl die Wahl der Perspektive auf bestimmte Motive, Figuren etc., als auch die Ausstattung der jeweiligen Szenen unterliegt diesen tradierten Abbildungsweisen. Und natürlich auch die Komposition von Bildern und die Wahl der Bildausschnitte. Zusammenfassend muß festgehalten werden, dass der konstruierte Inhalt in seiner jeweiligen Form – auf den Abbildungstraditionen aufbauend – eine individuelle „ästhetische und moralische Welt“, eine eigene „Wirklichkeit“ konstruiert (Seeßlen 1991).

Daher ist es wesentlich, nicht nur die Sprache der schriftlichen Anteile von En-Passant-Medien zu untersuchen, sondern die Gesamtheit von Text-Bild-Kompositionen. Die entsprechenden Bild- und Text-Analysen sind dabei nicht von der Untersuchung und Berücksichtigung der Form des Trägermediums zu trennen:

Wenn man die puren Texte von ihrem Erscheinungsort und aus ihrem multimodalen Kontext löst, ergeben sie, ähnlich wie handlungsnahe mündliche Alltagsgespräche, oft wenig Sinn. Entweder sind sie wie jene unmittelbar in einen Handlungszusammenhang eingebunden und beziehen sich auf ihn, und/oder die Botschaft ergibt sich aus dem Zusammenspiel von Wort und Bild.  
(Schmitz 2004, 102)





## Analyse des Trägers und des Materials

Das Material des Trägermediums kann sich auf die Form und Wirkung der darauf aufgetragenen Inhalte auswirken. Nicht thematisiert wird hier die symbolische Bedeutung dieser Materialien an sich. Angedeutet sei hier nur, dass die Bedeutung von Materialien nicht mit dem Materialwert selbst gleichzusetzen ist, sondern dass die Verarbeitung, Kombination und Dekoration der Materialien wesentliche Informationen zum Wert der Artefakte trägt (siehe hierzu z.B.: Fuhrmeister 2001). Oberflächenstrukturen können auch durch aufgetragene Farbschichten hindurch wirken. Abgrenzungen benachbart eingesetzter Materialien können durch Aufdruck oder Farbauftrag kaschiert werden und so eher als einheitliche Form wirken.

Das Material, mit dem Bilder bzw. Texte aufgetragen sind, hat ebenso wie das Material des Trägerobjekts Auswirkungen auf die Anmutung und das Erscheinungsbild des jeweiligen Mediums. Ein Plastikbecher mit Sinnenpruch in Blattgoldauflage kombiniert die Materialien und deren kulturabhängigen Wertzuweisungen, baut auf den erwarteten Einsatzbereichen auf und kann vor diesem Hintergrund kommentieren und thematisieren. Die unterschiedliche Wirkung wird sofort deutlich, wenn man die verschiedenen Möglichkeiten der Mitteilungsaufbringung bedenkt: Einweibungen, Stickerei oder Applikation anderer Materialien, Farbauftrag, dessen Dicke, Deckkraft, die Stofflichkeit der aufgedruckten Farbe selbst, usw. Diese Möglichkeiten bestehen nicht nur bei Textilien, sondern auch bei allen anderen En-Passant-Medien. Z.B. gibt es die Randbereiche von Graffiti, in denen z.B. mit kleinen Kacheln vorbereitete Mosaikbilder im öffentlichen Raum angebracht werden, oder in denen Materialmixe aus Bildern auf dünnem Papier, die als *Cut Out* auf Wänden aufgeklebt und in gesprühte oder gepinselte Bilder integriert werden.

Das Material und seine Gestaltung sind wesentlich bei massenmedial produzierten Aufklebern, aber auch bei Bildern und Texten, die z.B. auf Adressaufklebern der Deutschen Post gezeichnet oder gedruckt, aufgrund der Klebefähigkeit der Adressaufkleber überall zu finden sind.





Bei im öffentlichen Raum befindlichen En-Passant-Medien ist Verwitterung ein bedeutender Aspekt der von ihnen ausgehenden Wirkung, seien es hängengebliebene Plakate einer vergangenen Konzertsaison, alternde Werbewandbilder oder Aufkleber: Farben waschen aus und verbleichen, Kanten zerfasern, Trägerpapier und andere dünne Oberflächen reißen ein, Flächen zerkratzen oder werden beschädigt, usw.

Gebrauchsspuren individualisieren und machen das Alter und den Gebrauch von Objekten sichtbar. Der Umgang mit Artefakten wird an den Gebrauchsspuren deutlich (Chi 1999). Sie verraten viel über den Umgang mit Artefakten und Objekten und wirken sich auf deren Erscheinungsbild aus. Sie sind in ihren Aussagen bezüglich des Artefakts jedoch nicht eindeutig zu interpretieren. Und: Gebrauchsspuren machen Objekte nicht automatisch zu En-Passant-Medien, wenn überhaupt...

Gebrauchsspuren sind auf das Objekt bzw. Artefakt bezogen interpretierbar. Stärkerer Abrieb bestimmter Bereiche von Objekten, blanke Stellen oder stärkere Verschmutzung aufgrund erhöhten Kontakts z.B. mit Händen oder Füßen betont diese Bereiche. Den Grund für erhöhten Kontakt mit bestimmten Bereichen von Objekten kann man jedoch nicht immer eindeutig ermitteln. Als deutliches Beispiel sei auf blankgeschliffene Bereiche von Götter-, Heiligen- und anderen Standbildern verwiesen, aus denen sich auf den Umgang von Gläubigen und anderen „Begreifen“ mit dem jeweiligen Standbild schließen lässt.



Scheinraum mit Zeichen? Im Wandbild an einem Seniorenheim findet sich als Kennung eines Doppeldeckers die „88“ – Neonazi-Kassiber für „Heil Hitler“ oder Zufall?



## Bildanalyse

Bilder täuschen Räumlichkeit, Dreidimensionalität vor, wo nur die zwei Dimensionen der Oberfläche gegeben sind. Sie zeigen und thematisieren Raum. Dargestellt wird jedoch nicht irgendein Raum, „sondern bekannte Dinge in bekannten Situationen“ (Gombrich 2002, 202). Bilder zeigen Sichtweisen auf: Sie stellen Dinge dar und zugleich, wie diese Dinge aus einer bestimmten Perspektive aussehen können.

Die Wahl des Blickwinkels zwingt den Betrachter, eine bestimmte Sicht auf das Bild zu akzeptieren. Der Blickwinkel auf das Geschehen, also die Perspektive, versetzt den Betrachter in die Rolle eines unbeteiligten oder eines beteiligten Beobachters. Er erzwingt distanzierte oder unmittelbare Sehweisen aus einer bestimmten Position, immer im Verhältnis zum Dargestellten. Extrem tiefe oder hohe Blickwinkel lassen den abgebildeten Raum tiefer erscheinen, als dies bei Darstellung aus normaler Augenhöhe der Fall ist.

Jede Ansicht kann geneigt oder gerade dargestellt sein. Geneigt Dargestelltes kann darauf verweisen, dass dieses sich nicht im gewohnten Zustand oder Verhältnis zur Umwelt befindet. Es kann damit zum Beispiel Instabilität, Bewegung oder Unsicherheit gemeint sein. Zum Teil werden geneigte Ansichten auch nur gewählt, weil sie dynamischer wirken.

Die Ansicht kann Dinge und Figuren von vorn, von schräg-vorn oder auch von der Seite zeigen. Je nach Wahl dieser Sicht wird der Betrachter mehr oder weniger in den Bild- oder Situationsaufbau einbezogen. Er sieht sich einer handelnden oder sprechenden Figur direkt gegenüber oder sieht eine seitliche Darstellung. Die Blickrichtung der abgebildeten Figuren kann versuchen, den Betrachter direkt zu adressieren: An ihn kann direkt appelliert werden, er wird durch entsprechende Kommentare eingenommen oder aber auf Distanz zu emotionalen Inhalten gebracht.

Das Bild hat eine gegenständliche und eine nicht-gegenständliche Bedeutung. Die gegenständliche drückt sich im Dargestellten, den gezeigten Objekten aus, die nicht-gegenständliche in der Darstellungsweise, also





Der Kontext wird erst nach dem Lesen des Bildes bedeutsam. Nachdem man den Schatten des Flugzeugs erkannt hat, bezieht man ihn und die Flugrichtung auf die Umgebung.

Der Bildaufbau wird durch die Bewegung der Tänzergruppe nach rechts und die nach links weisende Konfrontation bestimmt, die Lesezeit ist länger als wenn sie nur in eine Richtung weiste.





in Stil und der Machart. Zwischen diesen beiden Bedeutungen kann ein Zusammenhang bestehen (Wiesing 1997,149).

Ein Bild besteht, bevor man abgebildete Objekte etc. erkennt, aus Punkten, Linien, Flächen, Formen und Farben, die in keinem Zusammenhang stehen. Dieser muß erst geschaffen werden. Diese Linien, Flächen, Formen, Farben, die Beschaffenheit dieser Linien, Kontraste – ob weich oder hart – ist von großer Bedeutung für das Bild und die gestaltete Schrift.

Die Verwendung und vor allem das Verstehen von Linien als Darstellung von Kanten und Umrissen ist nicht wie das Lesen erlernt, sondern es wird mit dem Wahrnehmen der Umwelt zusammen erfahren und erfaßt (Hochberg 1962, 624–628). Diese Art der Wiedergabe von Räumen, Objekten, Figuren, etc. muß entdeckt werden, da Linien und Muster nicht die Gegenstände selbst sind, sondern diese natürlich nur darstellen. Die Darstellung von Gegenständen und Figuren durch Linienzeichnungen oder zumindest die Wiedergabe ihrer klaren Umrisse ist eine Vereinfachung der Darstellung, die es erlaubt, das Dargestellte schneller zu erfassen. Durch die Reduktion der Abbildungsdetails auf die wesentlichen bedeutungstragenden Merkmale ist das Objekt, die Figur schneller dargestellt und leichter wiederzuerkennen. Auch ist der so „abgebildete Gegenstand“ vermutlich in einem größeren Umfeld des peripheren Sehens erkennbar“ (Hochberg 1977, 90 f.).



Form, Linienführung und Farbe von Bildern werden von der Leserichtung und deren unterschwelligem Einfluß auf Sehgewohnheiten geprägt. Sie haben eigene Bedeutungen, beziehungsweise Werte. Die Richtung, Stärke, das „Gewicht“ lenken je nach Schärfe und Stärke der Linien im Bildaufbau den Blick an ihnen entlang. Jeder, der im westlichen Kulturkreis das Lesen gelernt hat, hat die entsprechenden kulturelle Konventionen verinnerlicht, und liest – wenn auch unbewußt – von links nach rechts zügiger und bewertet Handlungsabläufe und Bewegungen, die in dieser Richtung abgebildet werden anders als solche, die von rechts nach links dargestellt sind. Handlungsabläufe oder Bewegungen, die im Bild von oben nach unten dargestellt werden, werden ebenfalls schneller gelesen als solche, die von unten nach oben weisen. Aus diesen Konventionen

Leerform

**Füllform**

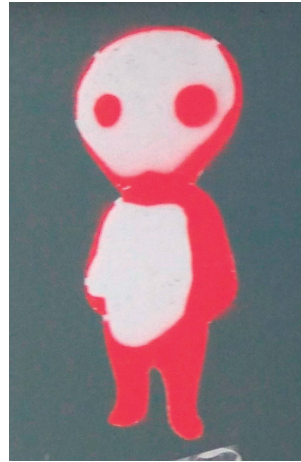
**Vollform**

ergeben sich Wertigkeiten oder Annahmen bei der Interpretation von Bildern: Mit dem Lesen von links nach rechts hängt eine Wertung der Inhalte zusammen, wobei hier die Staffellung der Gegenstände und Personen im gezeigten Raum Bedeutung hat: Unten ist „wichtiger“ als oben, unten ist fest, oben beweglich. Um Bewegungen von rechts nach links zu lesen, braucht man mehr Zeit.

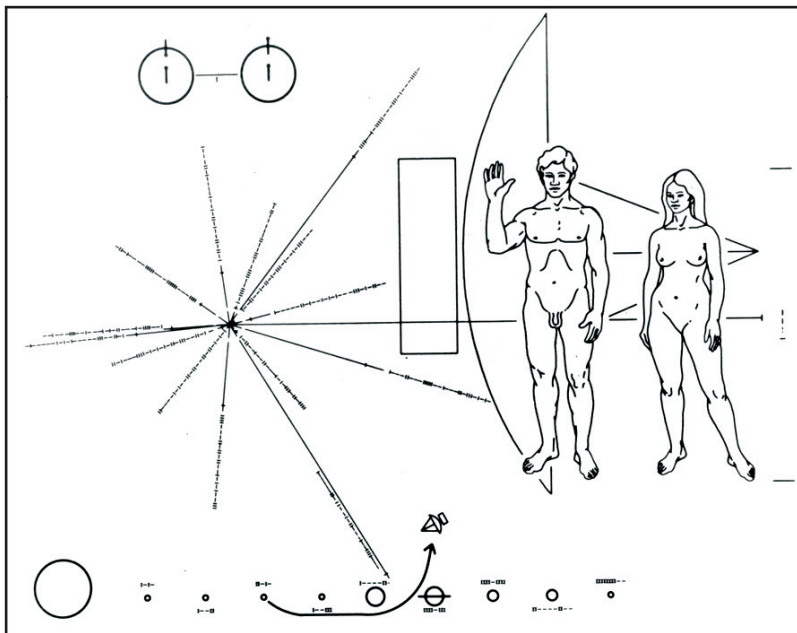
Beim Umgang mit Bildern ist die Beachtung von Vorder- beziehungsweise Hintergründen kulturell bedingt und unterscheidet sich entsprechend stark. Für europäisch geprägte Leser gilt, dass der Vordergrund den Hintergrund dominiert. Kleine Gegenstände werden im Vordergrund größer abgebildet und damit mehr betont als größere im Hintergrund. Auch kann so Bewegungsdynamik geschaffen oder verstärkt werden. Üblicherweise betrachten wir ein Bild, indem wir entlang der Betonungslinien vom Vordergrund zum Hintergrund und von groß dargestellten Bildelementen zu den kleineren springen.

Die dargestellten Flächen werden in Leerform, Füllform und Vollform unterschieden. Sie sind durch ihre Begrenzungslinien umrissen und nicht – oder ganz – gefüllt. Die Füllform steht hierbei zwischen diesen beiden Extremen, sie wird je nach Bedarf oder Ausdrucksabsicht mit Mustern, Schraffuren oder farbig gefüllt und kann so Farb- oder Helligkeitsstufen zwischen der Leer- und der Vollform abbilden.

Hell dargestellte Formen wirken anders als dieselben Formen, wenn sie dunkel ausgefüllt sind: Helle Formen wirken im Vergleich leicht, heiter, kühl, aber auch starr, monoton, sauber, etc., während dunklere Formen eher düster, schwer, ernst, schmutzig aber auch warm, lebendig, wechselhaft wirken können. Ungleichmäßige Helligkeitswerte können dynamisch und diffus wirken (Kerner, Duroy 1985, 101 f.). Schatten verweisen auf Lichtquellen und enthüllen dabei Details der jeweiligen Form. Die Verwendung von Licht und Schatten oder auch Dunkelheit hat emotionale Wirkung: Dunkelheit und Schatten verbergen Dinge und Figuren und sind je nach Kontext furchterregend. Aus der Helligkeit der verschiedenen Bildelemente ergeben sich Kontraste, zum Beispiel zwischen Vordergrund und Hintergrund eines Bildes, etc.



Emotions- und Gestaltwahrnehmung sind in den Grundzügen angeboren und werden auch auf Abbildungen sofort erkannt. Auch in Bildern sind Codes und Konventionen wesentlich und hochkomplex, nicht zuletzt weil sie nicht in Sprache und Schrift übersetzt sind. Das Verständnis von Abbildungen, z.B. den Plaketten an den Pioneer-Sonden, ist also kulturabhängig.



Aufgrund von Erfahrungswerten mit Bildern und angeborenen Wahrnehmungsweisen werden die informativsten Bildteile wahrgenommen. Jede einzelne Augenbewegung überprüft dabei eine Erwartung. Was vom Bild wahrgenommen wird, ist die Übersicht, die Orientierung über Verhältnisse und Bewegungen, die der Betrachter jeweils aus „kleineren Stücken aktiv zusammengefügt“ hat. Entsprechend massiv beeinflussen Erwartungen und Kenntnisse das klischeehafte Sehen: Nur die Muster werden erkannt, die das Wissen überhaupt kennt und die Sehgewohnheiten zu erwarten erlauben. Bilder sind dabei „partiell außersozial entschlüsselbar“, da sie auch mit Hilfe vorkulturellen angeborenen Wissens entschlüsselt werden (Berghaus 1986). So sind zum Beispiel Emotions- und Gestaltwahrnehmung in großen Teilen angeboren und werden auch auf Abbildungen sofort erkannt. Bilder kommunizieren solche Informationen direkter als Text das könnte. Dabei sind aber natürlich auch in Bildern Codes und Kodifizierungen wesentlich und vor allem hochkomplex, eben weil sie nicht in Sprache und Schrift übersetzt sind (Winkler 2008, 274).

Bilder dominieren über Sprache und Text: Wenn die Informationen, die in Bildern und begleitendem Text vermittelt werden, nicht übereinstimmen, bleiben zumeist die Bilder in Erinnerung, während der begleitende Text nicht erinnert wird (Domsich 1991, 53–61). Diese sogenannte Bild-Text-Schere ist vor allem in Film und Fernsehen festzustellen, gilt aber für alle Kombinationen von Bild und Text. Die verdeutlicht die Bedeutung, die Bildern zukommen kann. In einer Mischform aus Texten und Bildern droht die Vorherrschaft der Bilder über die beigelegten Texte. Aber kurze Texte lassen sich schnell und einfach aufnehmen. Sie ergänzen die Bedeutung des Bildes um wesentliche, gegebenenfalls nicht im Bild enthaltene Informationen.

Wenn man die Komposition von Bildern untersucht, sind verschiedene Aspekte zu beachten. Rudolf Arnheim hat diese zusammenfassend beschrieben (Arnheim 1954), worauf in diesem Zusammenhang zurückgegriffen werden soll. Zu beachten sind bei der Analyse von Bildern:

die Balance der Bildelemente,  
ihre Gestaltung und





*This is not a newspaper*

ihre jeweilige Form,  
der dargestellte Raum,  
die Lichtverhältnisse,  
die Farbe und wenn farbig, in welchen Verhältnissen,  
die Darstellung von Bewegung,  
die Darstellung von Spannung,  
der Ausdruck der Figuren und des Bildes.

Zusammenfassend läßt sich festhalten, dass ein Bild eine gegliederte Fläche ist, die grafisch entsprechend mit Hilfe von Punkten, Linien, Formen und Flächen strukturiert wird. Für die Darstellung wesentlicher Handlungen wird vorrangig die Bildmitte verwendet. Der Bildaufbau betont die Mitte und leitet aus dieser auf mögliche weitere Schwerpunkte. Zu beachten ist, dass die grafische Bildmitte (der Schnittpunkt der Bilddiagonalen) nicht als solche wahrgenommen wird. Diese optische Mitte liegt etwas über der wirklichen Bildmitte (Hickethier 2001, 51).

Alle Bilder in En-Passant-Medien sind anhand dieser Kriterien beschreibbar. Die Ergebnisse, die dabei gewonnen werden können, erlauben eine weiterführende Interpretation des Bildes im Kontext.



## Textanalyse

Schrift dient der zwischenmenschlichen Kommunikation mittels sichtbarer Zeichen. Sie ist selber eine Ausdrucksform, die auch ungeachtet der textlichen Inhalte optische und ästhetische Qualitäten hat und so auch wirkt.

Je nachdem, zu welcher Klasse von Texten ein Text gehört, wird er unterschiedlich dargestellt. Hierbei gibt es nur begrenzt Regeln, die allgemeingültig sind, da sich durch den Umgang mit dem Text, seiner grafischen Gestaltung (der Typografie) und seiner Zuordnung zu Bildern vieles ausdrücken läßt, was im Text selbst nicht so deutlich oder auch gar nicht enthalten sein muß.

Imperialer Anspruch, Vertrauen einflößende Seriosität, die Verheißung von lockerer Entspanntheit, von Geborgenheit, von ehrfurchtheischender Distanz -- all das kann Schrift ausstrahlen. Den meisten wird das nicht bewußt, aber die Wirkung ist da. (Willberg, Forssman 1999,12)

Bild und Text funktionieren gegebenenfalls als Ergänzung zueinander. Zu unterscheiden ist die Verwendung von Text vorrangig als Zeichen oder Bildelement von der anderen Verwendung als Information zum Bild und zur Erzählung. Der Text und das Bild können sich direkt aufeinander beziehen oder auch indirekt, sie können sich in ihrer jeweiligen Aussage und Wirkung vertiefen oder relativieren. Ein Text kann direkt als Bildelement eingesetzt werden: „Pffff“ z.B. im Graffito als Lautdarstellung einer Sprühdose. Stehen Worte im Bild, verweisen sie auf bestimmte Bildteile oder ordnen sich in das Bildgeschehen ein. Gegebenenfalls ergänzen sie den Namen von Dingen oder Personen im Bild. Wenn der Bezug zwischen Text und Bild indirekt ist, vermittelt die Textebene von der der Bildebene eigentlich unabhängige Informationen, nur werden die Ebenen aufgrund der räumlichen Nähe nicht unabhängig voneinander aufgefaßt.

Die Elemente, aus denen die Information in einem En-Passant-Medium besteht, die Bilder und Texte, wirken je nach Raum, der den Elementen eingeräumt wird. Die Textmenge beeinflußt als grafisches Element natür-





Schriftform und Inhalt ergänzen oder relativieren sich. Dabei sind individuelle Assoziationen ebenso einflußreich wie kollektives Vorwissen, also kulturelle Prägungen. Z.B. „Terror“ wirkt wie ein dicker, fröhlicher Hund, „Love“ ist unreif eckig und gar nicht liebenswert (aber auch bekannt als „86“), und „angst“ wabbelt gemütlich wie ein Wackelpudding.





lich die Wirkung von Bildern. Zugleich ist die Gestaltung der Texte aber auch wesentlich für deren eigene Wirkung. Der Umgang mit den Textflächen ist ein wesentliches Stilmerkmal bei solchen Text-Bild-Kombinationen. Die Buchstabengestaltung, die Abstände zwischen den einzelnen Buchstaben und zwischen den Zeilen des Texts sind wesentlich für deren Wirkung in diesem Umfeld (Willberg, Forssman 2005).

Typografie und Layout tragen zur Konstruktion und Destruktion von Textwirkungen, und auch von deren Sinninhalten bei. Die Form der Schrift kommentiert also ihren Inhalt.

Der Leser ist von Werbeplakaten, aus Zeitungen, Büchern und anderen Printmedien Schriftabdruck in bestimmten Proportionen gewohnt, von denen die Textwiedergabe abweichen kann, um wichtige Textteile oder ganze Texte zu betonen. Die Merkmale von Schrift sind ihre Höhe und Breite, die Stärke der Konturen und die Füllung dieser Konturen einer Schrift. Die Innenräume der Buchstaben sind deren Binnenformen. Zu diesen zählt auch der Raum zwischen benachbarten Buchstaben, da dieser ebenso wesentlich für den Charakter der jeweiligen Schrift ist, wie die Formen und Flächen der einzelnen Buchstaben selbst. Die Umsetzung von Schriftzeichen kann mit folgenden Bezeichnungen beschrieben werden: Von klein bis groß, von schmal bis breit, als leicht, als mager, halbfett oder fett. Die Wahl der Extreme „groß“ und „fett“ ist zum Beispiel für den Ausdruck großer Lautstärken üblich.



Vor allem markante Schriftarten haben jeweils einen Bereich, zu dem sie zuerst assoziiert werden. Bestimmte Typen verweisen auf Geisteshaltungen, die mit ihnen assoziiert werden und auf deren zeitgeschichtliche Kontexte. Es ist zu bedenken, dass die meisten Assoziationen kulturell bedingt sind und sich daher in unterschiedlichen Kulturen beziehungsweise Bezugsgruppen unterscheiden können. Zum Beispiel sind gebrochene Schriften (Fraktur-Schriften) stark verziert und tragen je nach Ausführung und Ausformung starke Assoziationen, im Besonderen im Bezug auf den Schriftgebrauch der Nationalsozialisten und verwandter Gesinnungen.



A A A A A

A A A A A

	GROTESK	<del>Kursiv</del>	ENG   W·E·I·T
	steif	<i>flüchtig</i>	starr
	ruhig	<del>dynamisch</del>	langsam
			<i>eilig</i>

A A A A A

A A A A A

A A A A A

Die grafische Gestaltung von Text ist zu untersuchen: Welche Schrifttypen oder Handschriften werden verwendet, wie ist bei Drucktypen zum Beispiel der Satz gestaltet? Die Lesbarkeit verschiedener Schriften ist bekanntermaßen unterschiedlich gut, was an der Ausgestaltung und Verzierung, aber auch an Manirismen von Schriften liegt. Die beabsichtigte ästhetische Wirkung von Schrift kann ihre Lesbarkeit, also die Erkenn- und Unterscheidbarkeit der Buchstaben massiv beeinflussen. Das ist besonders stark bei Handschriften und deren Ausformungen der Fall.

Auch der Typenabstand ist – wie gesagt – ein wichtiges Merkmal von Schrift. Er bezieht sich ursprünglich nur auf gesetzte Schriften, ist aber auch auf handschriftliche Versionen anwendbar. Der Abstand kann von weit bis eng, die Richtung der Schrift kann dabei senkrecht und gerade, kursiv oder sogar fallend sein. Sowohl die Richtung von Schrift als auch der Abstand kann negativ sein. Negative Richtung ist gleichbedeutend mit einer Neigung der Schrift nach links. Bei negativem Abstand sind die Buchstaben überlagernd gestaffelt. Der Abstand zwischen den einzelnen Typen kann zunehmend oder abnehmend sein, die Neigung positiv, nach rechts, oder negativ, nach links, wobei die Konnotation wiederum mit dem etablierten Lesefluß zusammenhängt:

Je paralleler und gerader die Richtung und je normaler der Abstand, um so statischer, steifer und ruhiger wirkt die Schrift. Die schrägen, diagonalen Konturen dagegen bewirken immer eine Beschleunigung der Darstellung. (Wienhöfer 1980, 324)

Die hier genannten Faktoren werden zusammengefaßt als Duktus einer Schrift bezeichnet. Dieser charakterisiert zum Beispiel bei der lautmalerischen Umsetzung einer Bewegung die Art dieser Bewegung durch die Betonung ihrer Eigenschaften. Die Schrift kann also wie die beschriebene Handlung oder Haltung statisch und ruhig, starr, schnell, eilig oder auch hektisch gestaltet werden.

Schrift wird zum Teil von Hand gezeichnet und hat infolge dessen Schwünge und Ecken, die sich von Schreiber zu Schreiber unterscheiden. Wo ein Text aus Typen gesetzt wird, ist die Wirkung natürlich formaler als dies durch Hand- oder kalligrafische Schriften erreicht wird. Die



Proportionen der verwendeten Schriften, ihre Neigung und Ausdehnung sind wesentliche Merkmale für die Bedeutungen jenseits der wiedergegebenen Wortinhalte. Aufbauend auf den Seh- und Lesegewohnheiten der Leser variiert die Wirkung der Schriften und lädt sie mit zusätzlichen Bedeutungen auf. Zu dem Maße, wie die gewählte Schrift von normalen, also in ihrer Form als neutral empfundenen Formen und Abständen abweicht, werden solche Schriftformen und Elemente als charakteristisch und spezifisch gelesen (Wienhöfer 1980, 322).

Texte können auch andere Zeichensysteme und Ideogramme im Textzusammenhang aber auch selbständig stehende Zeichen enthalten: Musiknoten, (gebrochene) Herzen, Flüche – die zumeist aus einzelnen Zeichen wie Totenköpfen, Kreuzvariationen, schwarzen Wolken etc. zusammengesetzt sind, aber auch fremde Sprachen, deren Schrift nicht lesbar oder als Bilderschrift wiedergegeben ist, zu der keine eindeutige lautliche Zuordnung möglich ist.

Die verwendete Sprache verweist auf Kulturkreise. Dabei ist die verwendete Sprache entsprechend konstruiert, sie verweist auf Jugendsprache, auf schichtspezifische Sprachen oder auf Szenesprachen. Der Einsatz von Dialekt, Szenesprache oder auch schichtspezifischen Ausdrücken erlaubt zum Beispiel eine geographische oder soziale Zuordnung. Auch die typografische beziehungsweise kalligrafische Umsetzung von Text kann solche Bezüge in der Form der Schrift verdeutlichen. Auch die Verwendung von Groß- und Kleinschreibung, von bestimmten Formen der Rechtschreibung und Schreibweise mit den verwendeten Typen lassen eine soziale, politische oder wie auch immer geartete Zuordnung oder Aussageabsicht erkennen.

Nicht nur die Bedeutung der Worte selbst wird also mitgeteilt, sondern durch die Ausgestaltung der Schriftzeichen wird auch auf weitere Bedeutungen reflektiert. Die Schrift spiegelt dabei den Zweck oder Sinn, der abhängig vom jeweiligen zeitlichen, dinglichen, oder personalen Kontext ist (Nerdinger 1960, 66).



Black tea  
 The  
 Schwarze  
 Tè  
 Té negro  
 Svart  
 Sort  
 Svart  
 Sitruunali  
 Melnā tēja ar citrona aromātu  
 Citrīnu aromāto juodoji arbata  
 Sidrunimaitsetine must tee



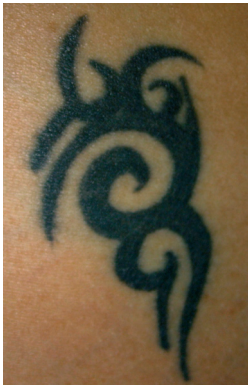
TETLEY GB LIMITED  
 325 OLDFIELD LANE NORTH, GREENFORD, MIDDLESEX, UB6 0AZ, ENGLAND  
 A **TATA** Enterprise  
[www.tetley.com](http://www.tetley.com)

# Funktionen und Formen

Die Funktionen und Formen von En-Passant-Medien sind vielfältig: Schmitz weist darauf hin, dass En-Passant-Medien zumeist als Misch- und Übergangsformen auftreten (Schmitz 2004, 102). Dadurch werden sie überhaupt erst so vielseitig und ihre kommunikative Funktion so komplex, wie in den folgenden Kapiteln an einzelnen Beispielen ausgeführt werden soll. Die Form ist im Bereich zwischen den Extremen reiner Text und isoliertes Bild zu finden. Die Funktion reicht von zweckgebundener Kommunikation über den Ausdruck von Persönlichkeitsmerkmalen, der auch zur Gruppendifinition beitragen kann. Zum Beispiel haben Graffiti, Tattoo und anderer Zeichen in diversen Kulturgruppen eine gemeinschaftsstiftende Funktion.

Bei Gebrauchsanleitungen, die Schmitz zu den Nebenbeimедien zählt, die aber keine En-Passant-Medien sein müssen, ist zum Beispiel sowohl der textliche, in diesem Falle zweckgebundene funktionale, wie auch der massenmediale Charakter dieser Artefakte unmittelbar einleuchtend. Gebrauchsanleitungen können lange Texte und Bilderfolgen enthalten, was den meisten En-Passant-Medien nicht möglich ist. Gebrauchsanleitungen können auf Objekten aufgedruckt sein, was ihre Ausführlichkeit beeinflusst. Nicht bei allen Beispielen für En-Passant-Medien ist deren massenmedialer Charakter sofort deutlich. So werden Geldstücke, Scheine, aber auch Briefmarken nicht primär als Kommunikationsmittel, sondern als Zahlungsmittel begriffen. Verdeutlicht man sich jedoch die Herstellungsweise oder die zusätzlich zu den Geldwerten gegebenen Informationen, so wird ihre Funktion als En-Passant-Medium sofort klar.



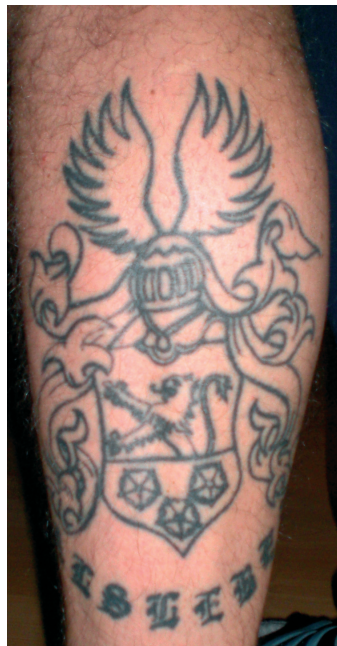


**Ornament**

z.B. Tribal



Bilder erlauben aufgrund ihrer Gestaltung und Inhalte eine Einordnung ihrer Träger in Geschmacks- oder Stilgruppen. Abstrakte dekorative Ornamente sind daher ebenso Zeichen wie gegenständliche Abbildungen.



**Zuordnung / Gruppenzugehörigkeit**

freiwillig:  
Sternkreiszeichen,  
Familiennamen,  
„Hells-Angels“  
o.Ä.

unfreiwillig:  
KZ-Nummer  
o.Ä.

Handlungsanweisungen können Ornament sein: so sind z.B. „Shoot to kill“-Slogans im Freibad Selbstinszenierung, in aller Regel aber keine Handlungsanweisung.

**Aussage / Handlungsanweisung**

„carpe diem“  
„Nicht wiederbeleben“  
„Search and Destroy“  
o.Ä.

Ob Bilder als Handlungsanweisung verstanden werden (können), hängt von ihrer Gestaltung ab.



# Tattoo

En-Passant-Medien decken eine ganze Bandbreite von Funktionen ab. Je spezifischer ihre Aussage ist, um so differenzierter muss ihr Inhalt dargestellt sein. Wo hingegen das Objekt selbst als Zeichen für etwas steht, ist dessen Gestaltung nebensächlich: So ist zum Beispiel jedes Tattoo, bevor seine inhaltlichen Informationen decodiert werden, grundsätzlich Zeichen dafür, tätowiert zu sein.

Tätowierung, das findet auf Körpern statt, das macht in primitiven Gesellschaften zusammen mit anderen rituellen Zeichen aus dem Körper das, was er ist: ein Merkmal symbolischen Tauschs -- ohne Tätowierung, wie ohne Masken, wäre der Körper nur noch das, was er wirklich ist: nackt und nichtssagend. (Baudrillard 1978, 34)

Tätowierungen füllen die Körperoberfläche mit lesbaren Zeichen. Und der Körper wird laut Baudrillard durch die „primitive Inschrift“ der Tätowierung „erogenisiert“. Dass ein nackter Körper nichtssagend sei, ist eine sehr kulturabhängige Aussage. Nacktheit kann selbst Zeichen mit verschiedensten Kontexten und Bedeutungen sein. Der Zustand des Körpers und Körperhaltungen sind schon selbst ausdrucksreich. Dass ein nackter Körper sehr viel aussagen kann, wird schon an den Bemühungen deutlich, die in seine Verhüllung oder Bedeckung gesteckt wird. Ein Tattoo erogenisiert, wenn man es wie einen Schönheitsfleck sehen will. Wer Tattoos verabscheut, wird sie nicht erregend oder ansprechend finden. Unabhängig davon bieten Tattoos Fixpunkte – sie ziehen den Blick auf sich, da sie leicht lesbare Information zum Träger bieten.

Nacktheit zu kontrollieren ist eine Steuerung der eigenen Ausdrucksmöglichkeiten. In der Kontrolle darüber, wer welche Körperpartien zu sehen bekommt, ist extrem viel Kommunikation enthalten. Dasselbe gilt auch für die Zur-Schau-Stellung von Tattoos an den verschiedensten Körperstellen. Auch hierbei gilt, dass die Kontrolle darüber, wer diese Zeichen sehen und lesen darf, soziale Auslese ist und dass dabei auch individuelle und Gruppenverhältnisse kommuniziert werden.

## Funktionen und Formen von Tattoos:

	<b>Ornament</b>	<b>Zuordnung</b>	<b>Aussage</b>
	Das Objekt selbst steht als Zeichen für etwas, unabhängig vom Inhalt	Das Objekt trägt in seinem gestalteten Inhalt konkrete Aussagen, die es von anderen Objekten seiner Art unterscheidet	Eine spezifische inhaltliche Aussage zu einem Thema wird gemacht
Code	Binärer Code. Tattoo als Zeichen für „Tätowiert sein“	komplexe Sprache mit unterschiedlichen Zeichen besteht	Inhalt des Objekts ist ein (differenzierter) Kommentar zu einem Thema
Bedeutung	Bedeutungen sind kulturell unterschiedlich, z.B. Rite de Passage oder Unangepaßtheit	spezifische Tattoos als Zugehörigkeitszeichen sozialer Gruppen, als Individualisierung innerhalb dieser Gruppen, als Ausdruck von Geisteshaltungen, etc.	spezifische inhaltliche Aussage (z.B. „Nicht Wiederbeleben“ über das Herz tätowiert) / individuelle Kennzeichnung des einzelnen Trägers
Bezug	gesamtgesellschaftlich / kollektiv	kollektiv	individuell, an ein Kollektiv gewandt
Form	Form beliebig	Form nicht beliebig	Form relativ egal, solange Lesbarkeit der Mitteilung sichergestellt ist
Inhalt	Inhalt beliebig	Inhalt nicht beliebig	Inhalt nicht beliebig
Markierung	ästhetische Absicht und (unbewußte) vage Zuordnung	fremdbestimmte gruppierende und individualisierende Markierung (z.B. KZ-Kennnummer) vs. selbstbestimmte Auswahl mit zuordnender und ästhetischer Absicht	fremdverursachte Markierung vs. selbstbestimmte kommunikative Absicht

Die soziale Funktion von Tätowierungen ist aber von den sogenannten primitiven Gesellschaften nicht auf unsere übertragbar. Tattoos sind bei uns keine Zeichen sozialer Elite und Herrschermacht.

Jede Körperzeichnung ist ein konkretes und absichtsvoll hinzugefügtes Zeichen, das zum Beispiel dem Ausdruck von ästhetischen Vorlieben, von Stil und damit als Zuschreibung zu bestimmten Gruppen dient, gesellschaftliche Funktionen des Trägers ausdrücken kann und von Taten bzw. Handlungen des oder am Einzelnen berichten kann. Jeder tätowierte Körper erzählt auch Episoden aus der Geschichte des Individuums, nur sind die verwendeten Zeichen in sehr hohem Maße von kulturellem Vorwissen oder individuellen Erläuterungen abhängig, da die Zeichen selbst die Informationen zur Geschichte nur begrenzt ausdrücken.

Darüber hinaus können Körperzeichnung als „Weihung“ verstanden werden, als Zuschreibung zu einem Kult, einer Gottheit oder Schicksalsmacht. Sie können auch Besitznahme und Kontrolle über den betroffenen Körper ausdrücken: Wer die Macht hat, andere dauerhaft zu zeichnen, ist zumindest zu dem entsprechenden Zeitpunkt absolut mächtig. Wer sich freiwillig tätowieren läßt, liefert sich für den Zeitraum des Stechens der Bilder und Zeichen dem Tätowierer aus. Erst nachdem die Körperzeichnung eingeritzt ist, kann der Gezeichnete feststellen, ob das erworbene Zeichen dem eigenen Wunsch entspricht.

Tätowierungen unterscheiden sich durch ihre Haltbarkeit und ihre personale und nur begrenzt revidierbare Trägerschaft von anderen En-Passant-Medien. Mit der Verbreitung von Tattoos hat aber auch die Bandbreite der Verwendungen und der damit zusammenhängenden Inhalte zugenommen: Die zunehmende Differenziertheit von Zeichensystemen und damit der Ausdrucksmöglichkeiten für Inhalte wird in der nebenstehenden Tabelle aufgezeigt. Dabei ist zu beachten, dass diese Differenzierung auf andere En-Passant-Medien übertragen werden kann.



# Textilien: Kleidung, Möbel, Zelte...

Fahnen und Flaggen sind primär zur Kommunikation verwendete Zeichen. Andere textile Oberflächen werden zunehmend als Flächen für Werbung und andere Mitteilungszwecke verwendet, auch wenn sie primär zum Beispiel Sitzbezüge oder Kleidungsstoffe sind.

Ob Kleidung zuerst als Schutz vor Sonne und anderen Wettereinflüssen, als Verhüllung der ansonsten gegebenen Nacktheit, und zusätzlich als Zeichenträger fungiert oder ob sie vor allem wegen der Zusatzinformation getragen wird, kann nicht in jedem Falle geklärt werden. Kleidung kann jedoch existieren, ohne differenzierte Verweise auf Nationen, Sportvereine, Musikgruppen und andere Interessengemeinschaften und Meinungen zu transportieren. Daher ist festzuhalten, dass Kleidung, die Bilder, Texte oder bedeutungstragende Musterungen trägt, nur ein Ausschnitt aus der Bandbreite von Kleidung ist. Wichtig ist, dass Kleidung (immer) auch Schmuck des Trägers ist, der Informationen transportiert. Entsprechend inszeniert sich die Bekleidungsindustrie als Anbieter der Mittel zur individuellen Selbstdarstellung mit Massenware (Haug 2009, 273–278).

Die Qualität der verwendeten Materialien und der Verarbeitung ist bei Kleidung auch als Zeichensystem lesbar, da sie eine soziale Zuordnung der Träger sofort ermöglicht. In unserem Zusammenhang ist dies jedoch nicht wesentlich, da es sich dabei um Zeichen handelt, die keine eindeutige Lesart nahelegen, sondern aufgrund der Bandbreite an möglichen Bezügen in ihrer Aussage diffus bleiben, und nur situationsabhängig in ihrer Bedeutung konkretisiert werden.

Moden verdeutlichen die schmückende Absicht von Kleidung (Haug 2009, 64 ff., 86 ff., 112 ff.). Warenästhetik und Modewechsel verdeutlichen den Zwang zur Jugendlichkeit und die damit zusammenhängende Indienstnahme des sexuellen Scheins – Kleidung ist Verpackung und in diesem Sinne Verkaufsverpackung:



Amtstrachten, Trachten, eine Uniform und ein Brautkleid – und außer dem Brautkleid sind es alles Zeichen, die wiederum durch Zusatzzeichen unterschiedlich werden: Beffchen, Chorhemd, Schal, Schärpen, Kappen, Schulterklappen, usw.



Wer um Liebe wirbt, macht sich schön und liebenswert. Allerlei Schmuck und Textil, Duft und Farbe bieten sich an als Mittel der Darstellung von Schönheit und Liebeswert. So entlehnen die Waren ihre ästhetische Sprache beim Liebeswerben der Menschen. Dann kehrt das Verhältnis sich um, und die Menschen entlehnen ihren ästhetischen Ausdruck bei den Waren. (Haug 2009, 33)

In diesem Zusammenhang muß man sich verdeutlichen, dass alle Medienprodukte gefallen wollen. Sie werden eingesetzt, um zu unterhalten und daher wird immer versucht, so effektiv wie möglich zu erzählen. Dafür müssen die Medien die Bedürfnisse, Wünsche und Lüste der Zielgruppen ansprechen (Winkler 2008, 310). Alle Medien gehen in Form und Inhalt unterschiedlich weit auf Vorlieben des Zielpublikums ein, auch individuell angefertigte En-Passant-Medien, sei es das einzeln angefertigte und beschriftete Hemd oder ein in einer Seitenstraße an die Wand gesprühter Slogan.

Die Verwendung von Kleidung und auf Kleidung aufgebrauchten Zeichen zur Gruppenzuordnung der jeweiligen Träger ist uralte. Vor allem am Beispiel der Uniformen läßt sich die Ausdifferenzierung des Zeichensystems verdeutlichen. Aus Markierungen und sonstigen Zeichen auf beliebigen Kleidungsstücken entwickelten sich zuerst die Zeichen der Gruppen selbst, während die Hoheitszeichen der Anführer wahrscheinlich älter sind. Mit der zunehmenden Größe und der abnehmenden persönlichen Bekanntheit der Gruppenmitglieder untereinander wurde die Organisation innerhalb von Gruppen durch Erkennungszeichen der Subgruppen und der Hierarchien innerhalb der Gruppe und ihrer Subgruppen differenziert. Uniformen und Rangabzeichen entstanden und wurden vereinheitlicht. Trachten sind mit Uniformen eng verwandt, wobei Rangabzeichen jedoch spezieller ausfallen und nicht so leicht oder eindeutig zu lesen sind, da es hierfür zumeist erheblichen Wissens über die jeweiligen Kulturen bedarf.

Bei Arbeitskleidung und Uniformen wurden und werden funktionale Details zu Zeichen und danach auch zu Ornamenten. Arbeitskleidung ist zum einen von ihrem eigentlichen Entstehungs- und Einsatzbereich gelöst inzwischen zunehmend auch Modeartikel, zum anderen wird Ar-



beitskleidung mehr und mehr generellen modischen Trends folgend für die Verwendung als Arbeitskleidung gestaltet. Arbeitskleidung, die als Modeartikel außerhalb der mit ihr verbundenen Arbeit getragen wird, ist immer auch ein diffuser Verweis auf Industriearbeit oder Handwerk. Hierbei liegt – soweit das zu sagen ist – keine Nutzung als En-Passant-Medium vor, denn dazu bedarf es der Nutzung der Kleidung oder ihrer Teile als distinktes Zeichen.

Die in Trachten gegebenen differenzierten Informationen zum individuellen Träger und seinen Gruppenzugehörigkeiten werden heute in der Regel nicht mehr verstanden oder gekannt. Die verwendeten Zeichen werden nicht mehr als konkret bedeutungstragende Zeichen verstanden, sondern nur noch als vage Zuordnungen zur Tracht. Die Attribute beispielsweise lediger oder verheirateter Jungbauern oder schwabwälder Konfirmandinnen, die ihre Umwelt an ihrer Tracht (wenn sie getragen wurde) sofort erkannt wurden, sind heute sinnentleerte Ornamente, diffuse Folklore und nicht mehr.

Bemerkenswert ist der Einzug von Arbeitskleidung in den Bereich der Mode. Hierbei beginnt die Bandbreite der Beispiele mit dem historisch bedingten Sonderfall des Schottenrocks, der in der heute bekannten Form von einem – ausgerechnet – englischen Quäker weiterentwickelt wurde, um die Arbeit als Holzfäller und an den Hochöfen sicherer zu machen (hierzu ausführlich: Trevor-Roper 1992). Die Entwicklung des Schottenrocks zum folkloristischen Zeichensystem im Rahmen der Romantik hängt eng mit Vorstellungen vom edlen Wilden und dem celtic revival zusammen. Dennoch oder gerade deshalb gibt es aber unter Schotten bis heute eine soziale Wertung des Rocks: „My family always could afford trowsers.“ Ein Rock bedeutete, dass der Träger arm war und sich keine aufwändigere Kleidung leisten konnte. Die heutige Konnotation des karierten Rocks bezieht sich auf die verschiedenen Stränge dieser Erzählung: Zum einen hat sich das Angebot der Karos zu einem Zeichensystem entwickelt, an dem Fachleute (die darin behaupteten) Familienzugehörigkeiten ablesen können und mit dessen genereller Verwendung Aspekte der heutigen schottischen Nationalkultur ausgedrückt werden. Zum anderen wird der Rock und die um ihn entstandene Tracht selbst



als Zeichensystem und Bezugnahme auf romantische Ideale, Natur- und Heimatverbundenheit gelesen.

Die Liste der Beispiele läßt sich über Jeanshosen, die heute ebenfalls nicht mehr als Arbeitsbekleidung gesehen werden, bis zu Stahlkappenschuhen, Drillich- und Moleskinhosen usw. fortsetzen, wie sie heute im Alltag getragen werden und deren Machart gezielt auf ihren Arbeitsursprung hinweisen. Diese zuletzt genannten Beispiele transportieren deutliche Verweise auf die heute fast gänzlich verschwundene Arbeitskultur und damit auch auf damit zusammenhängende und heute nicht mehr geltende Vorstellungen von Männlichkeit (Cohen 1997: 83 f.; dazu auch z.B.: Taylor, Jamieson 1997). Während Moholy-Nagy durch das Tragen von Arbeitskleidung, vor allem dem sogenannten Blaumann, am Bauhaus seine Einstellung zum Funktionalismus und zu Maschinen ausdrücken konnte, wird diese Kleidung heute anders konnotiert: Kleidung, die eindeutig nicht der Hochkultur zuzuordnen ist, wird als Ausdrucksmittel der Zugehörigkeit zu bestimmten Bevölkerungsschichten genutzt. Wenn man schon nicht die Möglichkeit hat, in der Schwerindustrie zu arbeiten, so kann man dennoch so aussehen: Warnwesten, Schutzbrillen, Atemschutzmasken etc. in Kombination mit viel nackter Haut, wie sie z.B. auf Techno-Parties anzutreffen waren, kombinieren Verweise auf ehemals klar definierte Geschlechterrollen mit der Vorstellung, dass harte Arbeit zu exzessivem Feiern berechtige. Darüber hinaus ist allen genannten Formen von umgewandelter Kleidung gemein, dass sie als praktische (und sichere) Bekleidung für körperliche Arbeit geschaffen wurde und erst später mit Traditionen behaftet zu „zeremonieller“ Bekleidung geworden ist.

Bei T-Shirts und Sweatshirts ist für große Nutzergruppen die gestaltete Oberfläche, also die Texte – vor allem Band-Namen – und Ornamente, das entscheidende Auswahlkriterium. Dennoch bekleiden die Kleidungsstücke in ihrer Hauptfunktion Körper und erlauben in dieser Funktion eine erhebliche Varianz.

Und schließlich gibt es zu Szenekleidung, die sowohl Aspekte von Trachten als auch von Uniformen enthält, zu ergänzen, dass sich Subkulturen für Außenstehende gar nicht anhand der Kleidung unterscheiden lassen,





sondern nur mit Hilfe der Zeichen, die in die spezifische Tracht eingepflegt werden: Es wird immer wieder behauptet, dass sich Skinheads in politisch links oder rechts stehende und nicht politisch interessierte Gruppierungen teilen. Aus der Ferne sehen sie sich in ihrer Uniformierung extrem ähnlich, zumal lokale oder regionale Unterschiede dazu beitragen, dass es keine Zeichensysteme im Rahmen der Kleidung gibt, die beispielsweise deutschlandweit gleichbedeutend wären. Dunkelblaue Schnürsenkel bedeuteten in den 1990er Jahren im Greifswalder Raum eine Zuordnung zu sogenannten Oi-Skins, die sich als nicht-politisch, sondern alkoholisch interessiert beschrieben. Rote Schnürsenkel sollten eine Zuordnung zur politischen Linken beschreiben und weiße eine rassistische Selbsteinordnung. In Rostock wurde die Farbcodierung der politischen Gesinnung in Schnürsenkeln aber schon anders gelesen. Zusätzlich und für Außenstehende eher zu lesen sind hingegen Aufnäher, zumal deren Zuordnung zu Geisteshaltungen eindeutiger und haltbarer ist. Die Aufnäher helfen Uneingeweihten aber kaum, denn die Benennungen und Kommentare sind nur zum Teil selbsterklärend. Man muss mindestens English können, um beispielsweise Aufnäher zu verstehen, die den Träger als Sharp-Skin ausweisen: „Skinheads against racial prejudice“. Auf größere Entfernung sehen für Laien die unterschiedlichen Gruppen jedoch alle gleich aus – und werden entsprechend der vorherrschenden Stereotypen zunächst als unreflektiert gewaltbereite Rassisten gesehen, allen Bemühungen um Abgrenzung zum Trotz.<sup>3</sup>

Aber auch Beispiele für En-Passant-Medien außerhalb des Kleidungs-bereichs sind endlos: Als Beispiel sei hier ein Hocker dargestellt, der als Zusatzfunktion seiner Sitzfläche an den Besuch Johannes Pauls II. in Britannien erinnert. Wesentlich ist, dass er nicht nur Mitteilungsfunktion hat, also keine Fahne oder Flagge ist, sondern eben die Mitteilungsebene zusätzlich zur von der Mitteilung gelösten Funktionsebene bietet.

3 Ich danke Annemarie von Velsen-Zerweck für den Hinweis auf diese Unschärfe der Binnendifferenzierung.



# Tragetaschen und andere Verpackungen

Bei Werbebeschriftungen auf Omnibussen, Lokomotiven oder auch Tragetaschen ist die Funktion als Beschriftungsträger von der eigentlichen Aufgabe des beschrifteten Objekts völlig getrennt. Auch wenn viele Menschen bedruckte Tragetaschen und mit Firmenschriftzügen versehene Kleidung aufgrund der Beschriftung als Statussymbol sehen und nutzen, so ist deren Grundfunktion dennoch die von Tragetaschen oder Kleidung. Es mag Menschen geben, die Tragetaschen wegen des Aufdrucks herumtragen, die Tasche also als plakatartige Werbebotschaft mit Henkeln, aber nicht als Tasche nutzen. In der Werbeindustrie wird die hohe Sichtbarkeit von Tragetaschen und daher auch der darauf befindlichen Mitteilungen, betont. Roy Lichtenstein und Andy Warhol verkauften bedruckte und signierte Tragetaschen als tragbare Kunst. Dennoch nutzen die allermeisten Menschen Tragetaschen als solche, weshalb deren Zeichenträgerfunktion zusätzlich und nicht hauptsächlich ist. Tragetaschen, deren Aufdruck auf etwas verweisen, das mit Prestige verbunden wird, als kulturell wertvoll Definiertes, können natürlich auch selbst zu Objekten werden, die ihre Bedeutung gerade aufgrund des Aufdrucks zugewiesen bekommen. Allgemeiner war die Besonderheit der Tragetasche „aus dem Westen“ für Bewohner der DDR: Nicht ein bestimmter Hersteller oder ein konkretes Produkt sollte in Erinnerung gebracht oder beschworen werden, sondern eine von der eigenen Kultur unterschiedliche Waren-Kultur selbst.

Tragetaschen können als En-Passant-Medien bezeichnet werden, während LKW, die nur dazu dienen, Werbetafeln zur Schau zu stellen, keine En-Passant-Medien im Sinne des hier entwickelten Begriffs sind. Die Tragetasche ist für den Transport von Waren bestimmt, zusätzlich ist sie ggf. als Merkmal eines Lieferanten, einer Marke zu erkennen. Eine Zuordnung des Inhalts zu dieser Beschriftung bzw. Markierung ist gewünscht, aber absolut nicht notwendig. Sie sind die Tragetaschen von Obdachlosen in der Regel nicht mit Einkäufen gefüllt und nicht als Statussymbol dieser gesellschaftlichen Gruppe eindeutig zugeordnet.





Wieder eine andere Funktion hat die Einladung zum Wettbewerb „Fair kaufen“. Hintergründe und Modalitäten des von der Gewerkschaft *ver.di* ausgerichteten Wettbewerbs sind unter der Überschrift „Voll auf die Tüte“ auf einer Papiertüte abgedruckt:

Gestaltungs- und Aktionsideen auf und mit dem Medium „Einkaufstüte“ werden gesucht, die die Diskussion über nachhaltige und menschenwürdige Produktion und verantwortungsbewußtes Konsumieren anregen.

Allerdings ist bei dieser speziellen Tüte festzustellen, dass sie nicht als Tragetasche ausgegeben wurde, sondern vor allem als Träger des Einladungstexts dient. Ob sie damit primär Tragetasche ist oder ein eigenwilliger Fall von Einladungsschreiben ist nicht abschließend festzustellen.

### **Schallplattenhüllen**

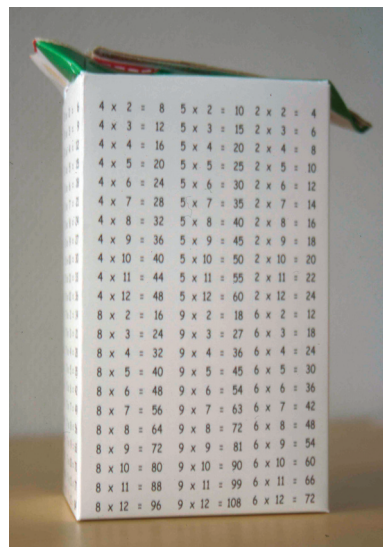
Schallplattenhüllen sind ebenso zunächst als Produktverpackung, als Schutzhülle gedacht und genutzt worden. Im Laufe der Zeit hat sich ihre Form und Oberfläche zu einer eigenständigen Kunstform entwickelt. In der Gestaltung der Verpackung wird das Hörprodukt nicht nur beworben, sondern bereits in ihrem Stil und Individualität präsentiert und charakterisiert. Die Entwicklung der Gestaltungsmöglichkeiten von Schallplattenhüllen als dreidimensionale Objekte hat diese dabei zu einer eigenständigen Kunstform werden lassen, die zum einen als Teil des Gesamtkunstwerks Musikprodukt und Verpackung funktionieren, zum anderen aber losgelöst vom Musikerlebnis auch als eigenständiges Objekt wahrgenommen werden.<sup>4</sup> Dasselbe läßt sich über Schallplatten sagen, deren äußerer Rand nicht rund ist, sondern den Konturen eines Bildes auf der Platte selbst folgt, sogenannte *Shape-Disks*.

Der Zusammenhang zwischen dem Inhalt z.B. einer Verpackung und auf der Oberfläche dieser Verpackung lesbaren Texten und/oder Bildern kann direkt sein oder aber auch gar nicht bestehen: Es können Informationen über das Produkt oder eine gewünschte Zuschreibung zum Träger eines

4 Ich danke Christoph Poggendorf für die differenzierte Erklärung dieser Entwicklung.

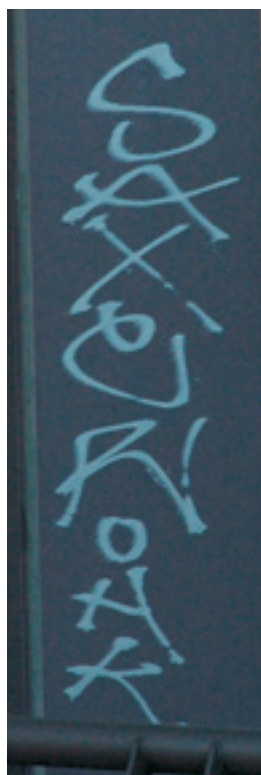


Wenn gelesen wird, was auf den Packungen steht, dann lohnt die Beeinflussung der Inhalte und ihre Nutzung als Wissensvermittler: Wechselhüllen für Milchtüten bieten zum Beispiel das Große 1x1 oder das ABC.



Kleidungsstücks ausgedrückt werden, die Oberfläche kann als Werbefläche für andere Themen genutzt werden und auch Träger ganz anderer Informationen sein, z.B. werden Daten und Bilder vermißter Personen in Australien vereinzelt, in den USA regelmäßig auf Milchtüten abgebildet. Bei Kleidungsstücken und auch bei Produktverpackungen, wie etwa Milchtüten, ist deren eigentliche Aufgabe nicht der Transport von Texten und Bildern, sondern der Schutz und die Abgrenzung des Inneren von der Umgebung. Dass man auf Milchtüten auch nach vermißten Personen suchen kann, ist eine reine Dreingabe.

En-Passant-Medien tragen neben ihrer Hauptnutzung also Mitteilungen, die wie jeder Zeichengebrauch denotativ, konnotativ und natürlich auch assoziativ arbeiten. Die nebenbei mitgeteilten Inhalte können, müssen aber nicht mit der Hauptnutzung des Artefakts oder Objekts zusammenhängen. Sie transportieren intentionale Aussagen, die text- und/oder bildbasierend sein können. Dabei kann der Zeichengebrauch innerkulturell beschränkt und mehr oder weniger hermetisch sein, aber auch interkulturelle Kommunikationen zulassen. Je nach Gruppenzugehörigkeit der Rezipienten kann ein und dasselbe En-Passant-Medium dabei gleichzeitig völlig unterschiedliche Aussagen tragen. Die für die Herstellung verwendeten Materialien stellen dabei eine in ihrer Aussage diffuse Zusatzebene der En-Passant-Medien dar. Die Wertung und Interpretation ist in beiden Fällen abhängig von den individuellen Rezipienten – wie bei jeder Kommunikation.



# Graffiti

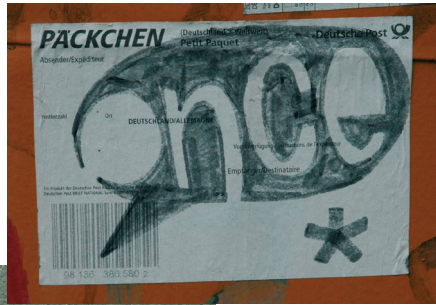
Graffiti sind Mitteilungen, die zumeist im öffentlichen Raum stehen und für jeden zu sehen sind. Dennoch sind sie nicht grundsätzlich für jeden lesbar, geschweige denn weiterführend zu interpretieren. Das liegt zum Teil daran, dass Graffiti in ihrer Form nur als Mitteilung innerhalb einer Szene beabsichtigt sein können. Das kann aber auch daran liegen, dass die Bezüge inhaltlich nicht sofort ersichtlich sind, sondern auf bestimmtem kulturellem Vorwissen aufbauen. Graffiti werden hier auf Form, Stil und Inhalt untersucht. Dabei geht es um Graffiti als mediale Artefakte, als Mitteilungen, die ohne Interpretationshilfe in unserer Umwelt stehen und mit denen sich das Publikum auseinandersetzen kann oder muss.

Graffiti sind in unserem Teil der Welt längst Teil des alltäglichen Umfelds. Dabei ist die Bandbreite recht groß: Es gibt gegenständliche Bilder von klein bis groß, es gibt Collagen und Graffiti, die als Materialmix entstanden sind, alle sowohl mit als auch ohne Textelemente. Und es gibt Schrift. Diese wiederum kann als einfach und nur um der enthaltenen Mitteilung willen geschrieben sein, sie kann aber auch bis zur ausdifferenzierten Kalligrafie entwickelt sein, die zu abstrakten Formen wird und zum Teil durch Figuren ergänzt ist, die sich auf den Schriftinhalt – bei dieser Form der Graffiti zumeist nur ein Wort – bezieht.

Graffito leitet sich ab von griechisch *graphein* bzw. italienisch *sgraffiare* („einritzen“) und bezeichnet ursprünglich eine in den Mauerputz oder Stein geritzte Inschrift oder figürliche Darstellung. Erweitert bezeichnet es auch eine in den noch nassen Putz gemalte Wandmalerei (*Fresco*). Kluges etymologisches Wörterbuch (1995) gibt als im 20. Jh. aufkommende Bedeutung an: „mit Farbe auf Wände usw. gesprühte Texte und Bilder.“

Der Inhalt von Graffiti kann Bezug nehmen auf aktuelle Ereignisse, allgemein Bekanntes mit popkulturellem oder politischem Kontext. Gegenständliche Bilder sind auch dabei leichter für jedermann zu lesen, als Textnachrichten, die nur mit Mühe und kulturellem Vorwissen zu lesen







sind. Dies gilt besonders, wenn Schrift kulturspezifische und je nach Subkultur recht hermetische Zeichensysteme verwendet. Bildbasierte Graffiti nehmen in der Regel auf das Umfeld Bezug, in das sie eingebracht sind. Bild-Text-Kombinationen sind zum Teil als gut lesbare Kommentare zu gesellschaftlichen Zuständen usw. gestaltet, zum Teil aber – wie die Namenszüge, aus denen der Großteil heutiger Graffiti besteht – nur die Selbstinszenierung der Urheber dieser Namen und Logos.

Stilistisch läßt sich unterscheiden zwischen handwerklich gut oder weniger gut ausgeführten Graffiti, nach Differenzierung des Farbeinsatzes und danach, ob die Gestaltung inhaltsbezogen stimmig oder ohne erkennbaren Zusammenhang und ohne „Linie“ ist.

Um Graffiti fundiert analysieren zu können, muß man sie detailliert beschreiben. Auf dieser Beschreibung baut die Auseinandersetzung mit dem Inhalt auf. Dennoch gilt es zu bedenken, dass auch die ausführliche Auseinandersetzung mit einem Graffito nicht zu einer eindeutigen Interpretation führen muss. Für die Beschreibung von und Verständigung über Graffiti und ihre Details ist es sinnvoll, die in der Graffiti-Szene selbst verwendeten Bezeichnungen zumindest teilweise zu übernehmen und keine neuen Bezeichnungen zu schaffen. Diese lassen sich in die Terminologien der Kunst- und Kulturwissenschaft, vor allem der Typografie, die der Kommunikations-, Medien- und Sozialwissenschaft integrieren. Die in der deutschen Graffiti-Szene übliche (fast) ausschließliche Verwendung englischsprachiger Begriffe für Schrift, Schreibprozesse und sonstigen Kontext verdeutlicht dabei zum einen die Orientierung der Szene an amerikanischen Vorbildern und zum anderen die in dieser Orientierung fehlende Reflektion der Vorbilder.

Vor vielen Jahren hat Jean Baudrillard seine Überlegungen zu Graffiti als inhaltslosen Zeichen vorgestellt, die als Stichwortgeber nach wie vor wesentlich für die theoretische Auseinandersetzung mit dem Thema sind, nicht zuletzt allerdings auch deshalb, weil keine anderen Texte in vergleichbarer Betrachtungsweise vorliegen (Baudrillard 1978, 19–38). Dabei muss festgehalten werden, dass Baudrillards *Kool Killer*-Text aus der Frühphase des heute dominierenden „amerikanischen Stils“ stammt





und nicht zwischen den verschiedenen Arten der Graffiti differenziert. Dass schon vor dem massierten Auftauchen der Namenszüge, Akronyme etc. vor allem in New York Bild-Graffiti und Wandparolen wichtiger Bestandteil des (europäischen) Stadtlebens waren, fließt in seine Überlegungen nicht ein. Aus der Abgrenzung der Graffiti von Wandbildern in seinem Text ist allerdings zu schließen, dass sein Graffito-Begriff ausschließlich die sogenannten *Tags*, also Namenszeichen oder Signaturen, beinhaltet und auch Parolen und dergleichen gar nicht berücksichtigt. Seine Beschreibung dieser Art von Graffiti als inhaltslosen Zeichen ist jedoch nicht haltbar, wenn man akzeptiert, dass sie zumindest Zeichen ihrer selbst sind und darüber sofort entsprechend konnotiert, also mit Bedeutungen gefüllt werden.

Dieses Kapitel setzt sich mit seinem Text auseinander, wobei vieles von dem, was er in den frühen 1970er Jahren beobachtet hat, nicht mehr aktuell ist, zum Teil, da sich die Verwendung, das Auftreten und die Bedeutung von Graffiti in den letzten Jahrzehnten deutlich verändert haben. Auch ist festzuhalten, dass er eine erhebliche Stereotypisierung und befremdliche Romantisierung der Ghattobewohner als der Produzenten von Graffiti vornimmt, die nicht nachvollziehbar ist.

Als Harald Naegeli als der „Sprayer von Zürich“ in der Tradition der Bild- oder auch Picturo-Graffiti aktiv wurde, wurde als Begründung für seine Arbeiten – in Anlehnung an den gleichnamigen Text Alexander Mitscherlichs (Mitscherlich 1965) – Kritik an der Unwirtlichkeit der Städte angeführt. Seine Figuren fanden sich auf großen Betonwänden und anderen trist und leeren Oberflächen und bezogen sich genau auf ihr jeweiliges Umfeld, dessen Gestaltung durch das Aufbringen der Bilder als Leerraum kritisiert wurde. In vergleichbarer Weise führt Jean Baudrillard als Ursache für das verstärkte Auftreten von Graffiti in den US-Innenständen die politische Situation nach den innerstädtischen Unruhen von 1966 und 1970 und die Segregation des Stadtraums in weiße und andere Wohngebiete zurück. Die Trennung von Ghetto und Nicht-Ghetto und die sich daraus ergebenden Lebensbedingungen der verschiedenen Bevölkerungsgruppen, bedingen seiner Ansicht nach den unterschiedlichen Umgang und die sehr differierende Wertung dieser Kommunikationsform.





Beide Positionen eint das Lesen der Graffiti als Zeichen des Protests der von Entscheidungen zur gesellschaftlichen Entwicklung Ausgeschlossenen. Erheblich ist der Unterschied der Graffiti, auf die hierbei Bezug genommen wird: Das direkte Umfeld ignorierende *Tags* auf der einen und auf der anderen Seite in Bezug zum Kontext platzierte Bilder, z.B. Strichzeichnungen tanzender Figuren auf großflächigem Sichtbeton.

Heute findet man Graffiti an unzähligen Stellen, eingeritzt in die Fenster von Bahnwaggons, auch schmalste Flächen werden mit Stiften oder Sprühdosen beschriftet, nicht nur große Leerflächen und Betonwüsten. *Horror vakui*, die Angst vor der Leere, überzeugt als Erklärung für die Aufbringung dieser Zeichen nicht. Einen gestalterischen Bezug auf das Umfeld, das Graffiti als Ornamentierung, kann man bei einigen Graffiti erkennen, das Gros zeichnet sich jedoch durch eine Ästhetik aus, die sie nicht als auf das Umfeld und dessen Gestaltung reagierende Ergänzung erscheinen lassen. Sie verdeutlichen einen rücksichtslosen Mitteilungswillen, dessen Erzeugnisse neben „Ich war hier!“ jedoch oft keinen deutlich formulierten Inhalt erkennen lassen. Dass Mitteilungsbedürfnis sich in Kritik, Kommentar und inhaltlichem Positionsbezug ausdrücken kann, wird bei diesen Graffiti zumeist nicht deutlich.

Bei diesen Graffiti handelt es sich um Zeichen, die scheinbar als Lebenszeichen oder zur Revier- oder Ortsmarkierung dienen: „Killroy was here“ wird zu *LPG*, *U96*, *PVC* und anderen Kurzzeichen, sogenannten *Tags* (wörtlich „Etiketten“ oder „Schildchen“), aber auch ausgeschriebene Namenszüge wie *Kiezkönig* oder *Ohlsdorf Posse* finden gerne zahlreiche, aber lokal beschränkte Verwendung. Wenn ein Ort von einer großen Menge ein und desselben Logos oder Schriftzugs beherrscht wird, dann wurde er „zugebombt“. Soweit sich dies überhaupt feststellen läßt, ist der Tagging-Bereich der Graffiti-Szene dominiert von Leuten, die spraysen, um ihren Namen bekannt zu machen und sich selbst darzustellen. Kritik oder politischer Standpunkt ist in den gesprühten Artefakten in der Regel nicht festzustellen. Diese Selbstdarstellung ist ein wohlbekannter pubertärer Standard: Sie dient der Entwicklung und Festigung des Eigenbilds und des Images in der Bezugsgruppe. Nach der Etablierung läßt die Notwendigkeit der Selbstdarstellung nach. Dabei ist es nicht ohne Unterhaltungs-





wert, wie in Gesprächen Sprayer den jeweils eigenen Nonkonformismus, die eigene Unabhängigkeit von der Szene und ihren Moden ausdrücken, gewisse konsum- und systemkritische Floskeln einbinden, die in der Regel nicht konkretisiert oder differenziert werden. Die sich von diesem Bereich abhebenden Graffiti-Produzenten mit pointierter Meinung zu gesellschaftlichen Vorgängen und entsprechenden Bezügen in ihren Werken stellen – soweit das festzumachen ist – seltene Ausnahmen dar. Für einen kleinen Einblick in diese Inszenierungen bietet sich die Graffiti Art-Serie des Verlags Schwarzkopf & Schwarzkopf an.

Im Folgenden geht es um Graffiti als Artefakt in der Umwelt. Primär wird das Produkt, nicht der Prozeß des Produzierens oder die Kultur der Produzierenden untersucht und beschrieben. Auch die Subkultur der Graffitikünstler wird dabei nicht untersucht werden, nicht zuletzt, weil sie sich einer Untersuchung weitestgehend verschließt (hierzu jedoch z.B.: Wunderlich, Uduwerella 1999). Die Kommunikationsabsicht ist ohne Rücksprache mit dem Kommunikator nicht untersuchbar, das aber etwas in Inhalt und Form kommuniziert wird, ist eindeutig. Und dieses „Etwas“ kann analysiert und interpretiert werden. Diese Interpretation geschieht immer auch in ihrer Deutung aufgrund der persönlichen Empfindungen des Analysierenden.

Wenn jemand in die Gestaltung eines Ortes maßgeblich eingreift, bringt er seine (momentane) Macht über die Gestaltung dieses Ortes zum Ausdruck. Die Gestaltung folgt dabei den jeweiligen handwerklichen Fähigkeiten und ästhetischen Ansprüchen des Ausführenden. Dabei wird nicht zuletzt der eigene Geschmack, die Orientierung an bestimmten Vorbildern und das handwerkliche Geschick offenbar. Dieser Anspruch auf Professionalität wird nur dadurch außer Kraft gesetzt, dass man etwas zerstören und unattraktiv machen will und dabei das eigene gestalterische Können eben nicht zum Vorteil des Ortes ausnutzt. In wie weit man bei einer solchen Aktion den Ort nur für andere oder zugleich auch sich selbst häßlich oder unbrauchbar macht, ist vom jeweiligen ästhetischen Empfinden abhängig, das sich aus dem individuellen Verständnis und dem der Bezugsgruppe ableitet: Was für eine Gruppe als schön gilt, kann für andere häßlich sein.





An solchen Markierungsserien läßt sich die Bandbreite der Formen, die Auswahl der Inhalte ablesen. Sie sind Teil der Handschrift desjenigen, der sie geschaffen hat, egal, ob dies zu Verzierungs-, Markierungs- oder Verschandlungszwecken geschehen ist.

## **Der Graffiti-Code**

Graffiti teilen sich in unterschiedliche Typen, die sowohl inhaltlich als auch nach der Gestaltung der äußeren Form eingeordnet werden können. Dabei ist zu beachten, dass ein Graffiti in seinen Proportionen und Formen sehr harmonisch und dekorativ gestaltet sein kann, zugleich aber in seinem Inhalt auf politische Mißstände hinweisen und ein Aufruf zu bewahrendem oder revolutionärem Handeln, also ausgesprochen diskursiv sein kann. Zusätzlich ist zwischen Freihand-Formen und Schablonen-Graffiti, den sogenannten *Stencils* oder *Pochoir*, zu unterscheiden. Die Abgrenzung von Wandbildern und Graffiti ist in diesem Zusammenhang nicht weiterführend, da Wandbilder ebenso wie Graffiti Kommentare, Kritik, Teile von Kampagnen etc. sein können, dabei aber genau wie jede Art der Freihandgraffiti oder des Schablonengraffiti dekorativ und zugleich auch diskursiv sein können.

Die Bedeutungszuweisungen an Graffiti lassen sich besser differenzieren, wenn man beachtet, wie sie von verschiedenen Teilen der Gesellschaft gewertet werden:

Graffiti sind Vandalismus, Sachbeschädigung und Störungen der öffentlichen Ordnung. Diese Sichtweise, wenn sie so pauschal angewendet wird, verhindert die differenzierte Auseinandersetzung mit den Inhalten und Absichten der gegebenen Mitteilungen. Sie kriminalisiert Graffiti generell und sieht sie als Gefährdung der öffentlichen Ordnung. Sie schließt Graffiti als Zeichensystem aus den Kommunikationen der Gesellschaft aus.

Graffiti werden als Ausdruck von oppositioneller Kritik und als Objekte polizeilicher Repression diskutiert. Dadurch werden sie



pauschal als wesentlich für die gesellschaftliche Meinungsbildung dargestellt und als schützenswerter Aspekt der Ausdrucksfreiheit gewertet.

Graffiti werden als Kritik an den gesellschaftlichen Verhältnissen, an der „Unwirtlichkeit der Städte“ dargestellt. Diese Wertung entspricht der zuvor beschriebenen.

Graffiti werden als Kunst und Ausdruck von Kreativität interpretiert, man spricht von Graffiti-Künstlern. Auf diese Weise werden – so Jean Baudrillard – Graffiti in die Formen der herrschenden Kultur eingepaßt und ihre (nicht nur ästhetische) Bedeutung wird reduziert. Alternativ werden Graffiti durch die Zuordnung zur Kunst aus z.B. der rechtlichen Problematik gelöst, da Kunst die Freiheit zur Grenzüberschreitung und Provokation einfordert (Hierzu: Fuchs 1998).

Graffiti werden als Ausdruck von Identität und persönlicher Freiheit, als Zeichen für Non-Konformismus interpretiert und so in das bürgerliche Wertesystem integriert.

Baudrillard wertet diese letzte Lesart als bürgerlich-humanistische Interpretation, die aus dem „existentiellen bürgerlichen Romantizismus“ gespeist sei und die Lebenswirklichkeit der Graffiti-Autoren verkenne. Seine Argumente gegen diese Lesart stellen dabei selbst eine Verklärung der Lebensbedingungen im Ghetto dar. Er versteht Graffiti zugleich als Verteidigung eines unterprivilegierten Kollektivs, dass sich sowohl gegen die bürgerliche Identität, als auch gegen die in der Großstadt aufgezwungene Anonymität auflehne (Baudrillard a.a.O., 38). Es geht demnach also auch in seinen Augen um den Ausdruck von Identität und um Protest gegen die Lebensbedingungen in den Großstädten.

Es kann festgehalten werden, dass kein Graffiti ein leerer Bezeichner ohne Bedeutung sein kann, wie Baudrillard argumentiert. Durch seine Schaffung wird es zum Zeichen, dessen Inhalt je nach Gestalt unterschiedlich vielschichtige Bedeutungen tragen kann, sich für kulturinterne und

UN  
GE  
WO  
HN  
T



kulturfremde Lesarten anbietet und gegen verschiedenste Bedeutungszuschreibungen nicht verschließen kann. So ist ein Graffito immer auch ein Verweis auf sich selbst und wird vom Betrachter entsprechend dessen Wertesystems in Zeichensysteme eingeordnet. Dabei kann es dann unabhängig von seiner handwerklichen oder ästhetischen Qualität als Zeichen für die Verwahrlosung des Anbringungsorts oder auch als kreativer Ausdruck von Individualität oder Kunst oder sonst etwas gelesen werden. Ein Zeichen, das wir nicht lesen können, ist dennoch immer in seinem Erscheinungsbild beschreib- und untersuchbar. Bereits diese Ebene erlaubt es, Denotationen und Konnotationen (also die Hauptbedeutung und Bedeutungen, die neben diese treten können und stärker vom Kontext der Verwendung abhängen) des Artefakts festzustellen und zu prüfen.

Vor der Interpretation der Graffiti-Bedeutung als Ausdruck gesellschaftlicher Zustände und Prozesse, ihrer Analyse als Zeichen im engeren und weiteren Sinne, muß für die Analyse zwischen Form und Inhalt getrennt werden, um diese einzeln zu beschreiben und analysieren zu können. Anschließend sind die beiden Bereiche in ihrem Bezug aufeinander und der Gesamtwirkung von Form und Inhalt interpretierbar. Die Analyse geht dabei exegetisch vor: aus der Schrift (Bild und Text) wird deren Bedeutung abgeleitet. Dabei wird die deiktische, also zeigerhafte Funktion verdeutlicht, die die einzelnen Zeichen aufweisen. Die theoretischen Grundlagen finden sich in der Kommunikationstheorie, Semiotik und natürlich in der Kulturwissenschaft. Zu fragen ist, wie bei diesem Beispiel Kommunikation stattfindet, wie differenziert wird auf welchen Ebenen und was für Information angeboten wird.

Die Entwicklung des Graffiti in den letzten fünfzig Jahren ist für den deutschen Sprachraum ohne die Diskussion um den Sprayer von Zürich und die Frage danach, ob seine Werke Kunst seien könnten, nicht denkbar. Schon im Werk von Harald Naegeli ist auch die Entwicklung vom umfeldbezogenen und immobilen Werk vor Ort zur handelbaren Kunst auf Leinwänden, Platten und anderen transportablen Objekten festzustellen. Die wesentliche Unterscheidung, die dabei festzuhalten ist, ist die zwischen bestellten, erwünschten und unerwünschten Graffiti.





Ein dreidimensionales *Tag*: die in Schichten angeordneten Buchstaben setzen die Scheinräumlichkeit des Graffiti als Relief um.

Keith Haring fügte in mindestens einer Phase seines skulpturalen Schaffens das Phänomen des Tagging und dessen massiertes Auftreten, das Bombing, ein: Industriell vorgefertigte Objekte wurden von ihm – zum Teil unter Mitarbeit von Co-Autoren – mit einem oder mehreren Tags oder Motiven bedeckt. Die so gestalteten Artefakte wurden in Gallerien ausgestellt und erfolgreich in den Kunsthandel gebracht. Die Urheberschaft sicherte dabei den unangezweiften Kunststatus der Graffiti. Interessant ist dabei vor allem, dass Haring sich als Künstler gerade in der Stadt entwickelte, in der Tags seit dem Frühjahr 1972 zuerst als Phänomen aufgefallen sind und wo sie sich schnell differenziert weiterentwickelt haben, auch wenn sie zu dem Zeitpunkt noch pauschal als „Graffiti“ bezeichnet wurden.

Waren Graffiti in den 1970ern für Baudrillard ausschließlich Zeichen des Urbanen (Baudrillard a.a.O., 20–23), so sind sie heute nicht mehr eindeutig bestimmten Lebensräumen zuzuschreiben. Sie finden sich auch im ländlichen Raum in historischen Dorfkernen und außerhalb der Orte an Baumstämmen und Felsen am Straßenrand. Nicht nur an den Autobahnen und Landstraßen, die zu Ballungsgebieten führen. Die Unwirtlichkeit der Städte kann dafür nicht Ursache sein. Intensive Verbreitung und Entwicklungen der Formen finden sich in Deutschland aber fast nur in Ballungsgebieten wie dem Ruhrgebiet und den Großstädten, während die Graffiti in kleineren Städten und auf dem Lande sich zumeist an den in den urbanen Zentren entwickelten Formen und Inhalten orientieren. Die Bandbreite der kommentatorischen und agitatorischen Möglichkeiten wird allerdings nur von einer verschwindend geringen Zahl von Graffiti-Produzenten genutzt.

Hervorzuheben ist dabei vor allem Banksy, der als politischer Kommentator und Programmkünstler – vor allem in Großbritannien – zum Teil genau mit der Problematik arbeitet, dass Graffiti Eingriffe in die Gestaltung des städtischen Raums sind. In der Vereinnahmung seiner Graffiti, Schablonenbilder und Schriftzüge durch den Kunstmarkt wird deutlich, wie schwierig eine Opposition zum marktwirtschaftlichen Konsumsystem aufrecht zu erhalten ist, wenn Zustimmung durch andere sich in Marktwert von Artefakten auszudrücken beginnt. Die zunehmende Übernahme



seiner Arbeiten in den Kunstmarkt und die dabei inzwischen erzielten Preise zeigen allerdings auch die Offenheit des Kunstmarkts, der alles zur Handelsware zu machen versucht, wofür es finanzstarke Interessenten gibt. Deutlich wird dabei auch die begrenzte Kontrolle, die dem Produzenten von Graffiti über seine Werke verbleibt, vor allem, wenn er sein Inkognito wahren will oder muß.

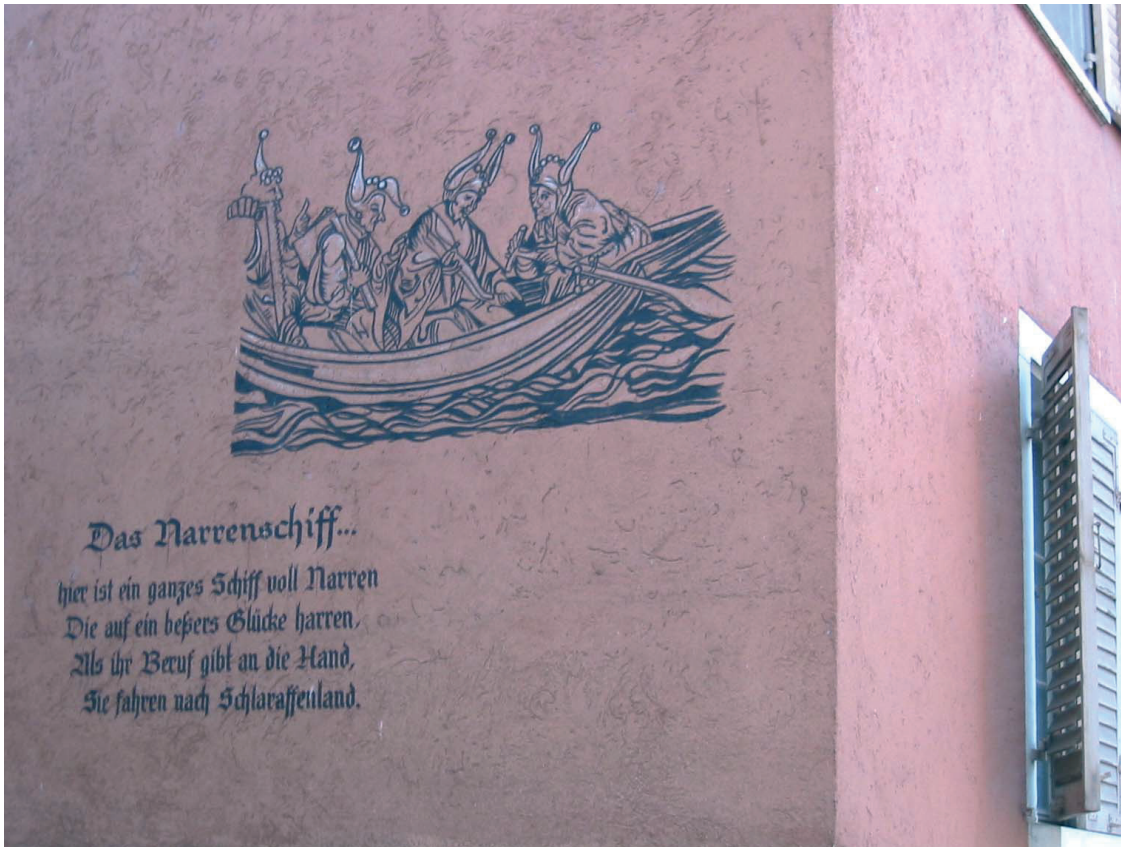
Grundsätzlich kann man Graffiti teilen in solche, die inhaltlich oder formal, das heißt, in den Abmessungen, der Platzierung, den Abständen zu Umfeldobjekten etc. oder auch in der Formgebung des Graffiti selbst Bezug nehmen auf ihr Umfeld oder eben nicht. Dabei ist natürlich die Einschränkung angebracht, dass jedes Graffito durch den Untergrund auf dem es aufgetragen oder eingeritzt ist, also durch das Trägermedium in seiner Form und Wirkung mitbestimmt wird. Bei der vorgeschlagenen Differenzierung ist jedoch nicht diese Abhängigkeit vom Träger und dessen Materialität gemeint, sondern die willentliche und weiter reichende Bezugnahme auf das Umfeld in seinen möglichen Aspekten.

## **Unterscheidung Wandbild – Graffito**

„Wandbild“ bezeichnet hier nicht einfach ein Bild, das auf eine Wand aufgetragen worden ist. Daher wirkt die im Folgenden entwickelte Unterscheidung zwischen Wandbild und Graffito zunächst konstruiert. Die Differenzierung ist aber sinnvoll, um die Gestaltung größerer zusammenhängender Flächen von kleineren Bildern zu unterscheiden, die einer anderen Gruppe, nämlich dem Graffiti zugeordnet werden.

Ein Wandbild ist eine größere „malerisch“ gestaltete Fläche und kann Text enthalten. „Malerisch“ meint hierbei „mit den Mitteln des Kunstmalers“ und schließt Airbrush-Techniken und den Sprühauftrag der Farben allgemein nicht aus. Auch stilistisch sind Wandbilder nicht beschränkt: Es finden sich ausdifferenzierte Wandbilder in Sprühtechnik und im Schablonendruck, in direktem Farbauftrag, aber auch als Materialmix bzw. aus aufgeklebten Motiven auf Papier etc. zusammengestellt, also collagiert.





### Das Narrenschiff...

hier ist ein ganzes Schiff voll Narren  
Die auf ein bessers Glücke harren,  
Als ihr Beruf gibt an die Hand,  
Sie fahren nach Schlaraffenland.

Wandbild des Zünfte-Schiffs aus Sebastian Brants „Narrenschiff“  
mit Ausschnitt aus dem dazugehörigen Holzschnitt von 1494.



Wandbilder beziehen sich in der Regel auf die architektonischen Gegebenheiten ihrer Platzierung, da sie über die Wandenden kaum hinausreichen können. Durch modulierte Linien und Farbflächen wird auf einer Großzahl von Wänden eine Illusion von Räumlichkeit geschaffen, dabei können Wandbilder aber auch politische oder historische Inhalte haben. Ihre Wirkung wird durch die entstandene Illusion von Raum und Tiefe verstärkt, zugleich wird auch die betroffene Architektur betont. Der Schwerpunkt eines Wandbildes ist der bildliche Inhalt, wie zum Beispiel in sogenannter Lüftmalerei, in der oft ein Bild durch Begleittext erläutert oder durch die Zugabe eines Mottos konkretisiert wird.

Wandbilder sind aufgrund ihres Formats und ihrer gestalterischen Ausdifferenziertheit mit längeren Entstehungszeiträumen verbunden. Sie sind beispielsweise kaum in einer Nacht zu erzeugen, zumal man technische Hilfsmittel wie zum Beispiel Gerüste braucht, um entsprechend hohe Wandflächen gezielt und detailliert zu gestalten. In der Regel entstehen sie in Einvernehmen mit dem Eigner der Wand und in vielen Städten gab beziehungsweise gibt es Fördermittel für die Umsetzung von Wandbildern. Wandbilder dieser Art sind eine Kommunikationsplattform, die Baudrillard als autoritative Versuche wertet, die Ästhetik und künstlerischen Wertevorstellungen der herrschenden Gesellschaftsschichten an alle anderen zu kommunizieren. Sie sind in seiner Meinung eine „von oben“ genehmigte Kommunikationsplattform mit künstlerischem Anspruch. Diese Wandbilder arbeiten mit der Architektur zusammen, nutzen diese für ihre Wirkung, aber verstärken dabei die Wirkung der Architektur selbst und beziehen sich in Struktur und Inhalt oft auf architekturelle Gestaltung (vgl. ebd. 32). Für ihn sind Wandbilder sozial angepaßt und Teil der kontrollierten Umwelt des Menschen im urbanen Raum:

Alles, was sie ausrichten können, gehört zur Animation, zur Partizipation, zum urbanen Recycling, zum Design im weitesten Sinne des Wortes. Das heißt zur Simulation des Tauschs und der kollektiven Werte, zur Simulation des Spiels und der nicht-funktionalen Räume. Das gilt für die Abenteuerspielplätze der Kinder, die Grünräume, die Kulturinstitute, ebenso wie für die City Walls und die Protest-Mauern, die die Grünräume des Sprechens sind.  
(Baudrillard a.a.O., 33)



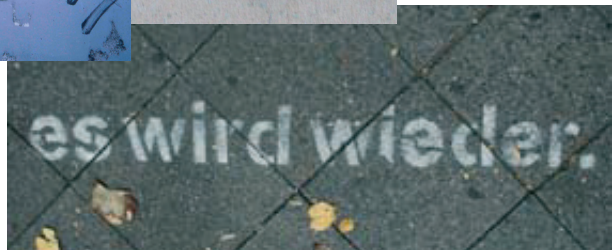


Erst später in seiner Argumentation führt er eine Differenzierung der Wandbilder in offizielle und inoffizielle, in künstlerische und politische ein. Dazu unterscheidet er zwischen den mit künstlerischem Anspruch und oft mit öffentlichen Mitteln geförderten Wandbild-Projekten in den „weißen“ Stadtteilen und den Wandbildern in den Ghettos, die anders als die Graffiti einen kollektivierenden Sinn und eine politische, bzw. soziale Botschaft haben, und „immer von figurativer und idealistischer Inspiration“ sind (Baudrillard a.a.O., 36). Die Wandbilder in den Ghettos bezeichnet er als politisch, da sie klare Aussagen und Forderungen formulieren und im Unterschied zu der kultivierten Avantgarde-Kunst jenseits figurativer Naivität, mit realistischen populären Formen und stark ideologischem Inhalt aufwarten (Baudrillard a.a.O., 35 ff.).

Es ist auffällig, wie sehr Baudrillard den Unterschied zwischen den Wandbildern in den „weißen Stadtgebieten“ und dem Ausdruck des kollektiven Bewußtseins der Minoritäten in den Wandbildern der „Ghettos“ betont. Inwieweit sich Baudrillards Teilung der Wandbilder analog der „weißen“ Wohngebiete einerseits und Ghettos andererseits auf europäische oder deutsche Städte übertragen ließe, ist zu diskutieren, nicht zuletzt, weil die Ghettoisierung sozialer und ethnischer Gruppen in Deutschland bei weitem nicht so umfassend ist wie in amerikanischen Städten. Es ist auch nicht genau festzustellen, was in heutigen europäischen Städten ein Ghetto ausmacht und wie die jeweiligen Grenzen festzustellen wären.

Wandbilder sind nicht grundsätzlich der Versuch, durch geschickte optische Täuschungen Scheinräume zu suggerieren oder aber dem etablierten Kunstkanon der herrschenden Eliten entsprechende Illustrationen. Wandbilder drücken außerhalb der Ghettos nicht generell die Meinung der sozial Mächtigen aus und innerhalb der Ghettos verdeutlichen sie nicht grundsätzlich das Wertesystem der dort wohnenden Gruppen. Es finden sich zahlreiche Beispiele für Wandbilder, die konkrete Mißstände anprangern, die gesellschaftliche Ordnung kritisieren oder an Ereignisse erinnern, die den herrschenden Eliten durchaus unangenehm sein können. Der von ihm geäußerte Verdacht der inhaltlichen (Selbst-)Zensur bei Wandbildern ist jedoch nicht völlig von der Hand zu weisen: Das Bemühen um unkontroverse Inhalte ist jedoch vor allem bei Wandbildern

**Zettel ankleben verboten !  
Wird strafrechtlich verfolgt !**



festzustellen, die von Wohnungsbaugenossenschaften etc. in Auftrag gegeben sind, unabhängig, ob der Standort ghettoartig ist oder nicht. Dass die Tendenz zum Spiel mit Scheinräumlichkeiten im Medium Wandbild und seinen Möglichkeiten angelegt ist, ist aufgrund der physischen Bedingungen von Wandbildern jedoch naheliegend.

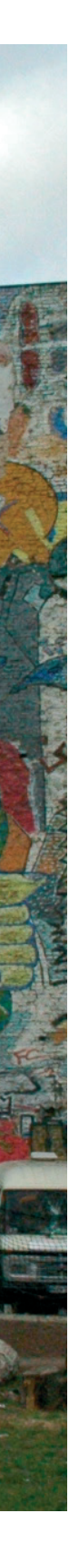
Dem Wandbild gegenüber sind Graffiti Kommunikationen „von unten“, die in den meisten Fällen ohne Genehmigung geschaffen werden. Dabei werden Graffiti zumeist unter Mißachtung der baulichen Strukturen und Gliederungen des Untergrunds aufgetragen. Alles wird zur Fläche, die beschrieben und überschrieben werden kann (ebd. 30 f.). Unterschieden werden sollte – wie gesagt – zwischen Schablonenbildern, d.h. *Pochoir* oder auch *Stencils*, und freihändig gestalteten Einzelbildern. Schablonenbilder erlauben eine serielle Anbringung in kürzester Zeit, während ein freihändig gesprühtes Graffito in der Regel mehr Zeit für seine Umsetzung braucht.

Ein freihändig gesprühtes Graffito ist häufig textlastig, wobei der Text elaboriert gestaltet sein kann. Damit macht die Schrift zugleich ihre bildlichen Qualitäten deutlich. Ein solches Graffito ist also zumeist eine kalligrafisch gestaltete Fläche: *Kalligrafie* setzt sich zusammen aus griechisch *graphein* „Schreiben“ und *kallos* mit der Bedeutungsbreite „schön, brauchbar, dem Zweck entsprechend“, wobei im physischen Sinne auch Attribute wie „fehlerfrei, trefflich, köstlich, ausgezeichnet“ enthalten sind. Kalligrafie ist aber auch zu verstehen als „ausdrucksvolles Schreiben“, in dem eine beabsichtigte Aussage in Inhalt und Form gemacht wird, der Inhalt des Texts wird dabei in der Form der Schrift interpretiert (Pott 2005, 9). Oft enthalten textlastige Graffiti auch nicht-textliche Elemente. Graffiti können ebenso gut auch rein bildlichen Inhalts sein, wobei diese Form bei der Dekoration von Lastkraftwagen und legal gestalteten bzw. bearbeiteten Wandflächen über Textgraffiti dominiert. Bei kleineren Stücken treten den *tags* vergleichbare Bild-Graffiti in der letzten Zeit zunehmend auf.

Schablonengraffiti sind seriell gesprühte oder gemalte Bilder oder Texte, deren Herstellung mit Siebdruckverfahren vergleichbar ist. Stilistisch







heben sie sich aufgrund dieser Technik deutlich von sonstigen Graffiti und Wandbildern ab. Sie erlauben – vor allem in Vergleich mit freihändig aufgetragenen Graffiti – eine sehr hohen Detailgenauigkeit der Abbildungen. Nach langer Vorarbeit, der Herstellung der Schablone, kann eine Mitteilung in kurzer Zeit und mehrfach mehr oder weniger identisch an verschiedenen Orten aufgebracht werden. Dies prädestiniert Schablonengraffiti mit ihren Möglichkeiten, Bilder und Text zu kombinieren, für differenzierte Aussagen und Kampagnen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Wandbilder demnach bildlicher und Graffiti zumeist textlicher Natur sind, wobei die Gestaltung des Texts, die Schrift, so elaboriert und ornamentiert sein kann, dass sie auch unter bildlichen Gesichtspunkten zu betrachten ist. Die Dominanz des Textteils über den Bildanteil ist jedoch ein vergängliches Phänomen und scheint zur Zeit zu schwinden. Die Größe des jeweiligen Stücks oder Werks scheint dagegen eher geeignet, eine Unterscheidung zu begründen: Wandbilder sind größere und zusammenhängend gestaltete Wandflächen, während Graffiti kleinteiliger und alleinstehend gestaltet sind. Sowohl bei der Text/Bild-Gewichtung als auch der Einschätzung von Größe und Zusammenhang im Kontext ist die Grenze zwischen den beiden Formen aufgrund der möglichen Mischformen nicht klar bestimmbar.

Die Motive können bei beiden Formen – wobei das natürlich vom Stil des Ausführenden abhängig ist – zusammen mit den Bildhintergründen gestaltet werden. Das Bild ergibt sich aus der Zusammenwirkung der Bildvordergründe und Hintergründe, die ungestaltete Wandfläche kann dabei als Hintergrund des Motivs selber stehen. Schrift ist in diesem Zusammenhang zuerst in ihren bildlichen Qualitäten zu untersuchen, der Bezug auf den Inhalt des Texts, so er überhaupt lesbar ist, folgt als zweiter Interpretationsschritt. Wo die Schrift nicht mehr als Schrift zu lesen und inhaltlich interpretierbar ist, bleibt die Auseinandersetzung mit der gestalteten Form und deren Erscheinungsbild.

Aus dem Gegensatz zwischen bestellten/erwünschten und unerwünschten Graffiti läßt sich kein Argument für die Unterscheidung von Wandbildern und Graffiti ableiten: Eine gewollte und bestellte ausführliche farbliche



Ähnlichkeit mit dem Dargestellten: Das stark vereinfachte Portrait des deutschen Innenministers wird durch den Text mit der Staatssicherheit der DDR verbunden, um eine konzentrierte Aussage zu seinen Gesetzesinitiativen etc. zu Überwachung und Privatsphäre auszudrücken. Hier ein Schablonenaufdruck auf einem T-Shirt – der identische Aufdruck ist auch in unzähligen Graffiti verbreitet.



Ähnlichkeit mit der Gestalt, die in bestimmten Formen codiert ist: Worte oder Buchstaben, die sowohl einzeln als auch im Zusammenhang wiedererkannt werden und in Kombination Bedeutungen kommunizieren können.



Gestaltung von Flächen als Wandbild, eine ungewollte aber als Graffiti zu bezeichnen, setzt den Begriff Graffiti eindeutig mit ungewollten – und zu meist illegal angebrachten – Farbanwendungen gleich. Diese Unterscheidung schließt einen Großteil der Graffiti aus und bereitet für Grauzonen, z.B. geduldete Graffiti, erhebliche Probleme.

## **Eine Systematik zur Beschreibung von Graffiti**

Die wesentlichen Eigenschaften des zu beschreibenden Mediums sind dessen jeweilige Beziehung auf andere Gegenstände, die weiter oben genannte deiktische Funktion des Zeichens, also seine Qualität als Zeiger, als Verweis auf Konzepte und Ideen, aber ggf. auch auf außersprachliche Realitäten. Bei Bildern ist deren Ähnlichkeit mit dem Dargestellten wichtig, bei Formen in Bildern und in Texten die Ähnlichkeit mit der Gestalt, die diese Form bewirkt.

Dabei ist der Bezugsaspekt, aber nicht die Form selbst zentral, da eine Aussage zu etwas gemacht wird, indem auf Ideen, Konzepte, Objekte verwiesen wird. Wenn zum Beispiel ein Stuhl dargestellt wird, verweist diese Darstellung auf das Konzept „Stuhl“, die Formdetails des dargestellten Stuhls sind dabei in den meisten Fällen nicht wesentlich. Nur wenn es darum geht, eine bestimmte Stuhlform von anderen Stühlen zu unterscheiden, bekommen die Details der Stuhldarstellung Bedeutung. Merkmale zeigen eine Beziehung des Teils auf das Ganze, z.B. eine Hand auf den gesamten Körper oder die Form einer Augenbraue auf den Gemütsausdruck des Gesichts, und Zeichen vermitteln mit ihnen bezeichnete Konzepte, mit denen der menschliche Geist arbeiten kann. Sie nehmen Umgebung dadurch, dass sie sie in Konzepte übersetzen, in die Beschreibung (mit) auf und erlauben den Ausdruck.

Auch Graffiti sind in genau diesem Sinne Zeichen. Dabei ist jedoch festzustellen, dass diejenigen, die mit diesen Zeichen nicht vertraut sind, bei der Entschlüsselung der bezeichneten Inhalte große Schwierigkeiten haben. Innerhalb der Subkulturen, die sich mit Graffiti auseinandersetzen, sind diese wesentlich differenzierter mit Inhalten gefüllte Zeichensysteme und werden entsprechend eingesetzt. Zu unterscheiden bleibt zwi-

**Dekorativ** ←————→ **Diskursiv**

„Verzierung“

„Tagging“

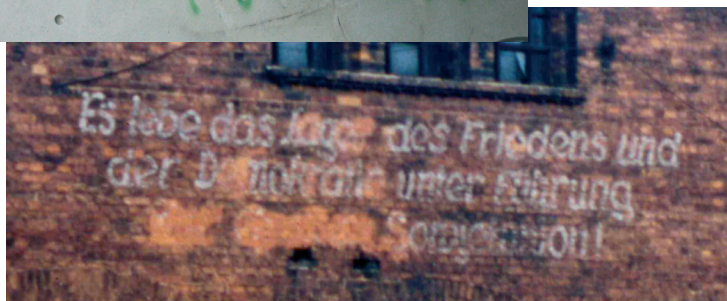
„Slogan“

Ornament

Markierung  
Ikon

Kommentar  
Devise

Kampagne  
Epigramm

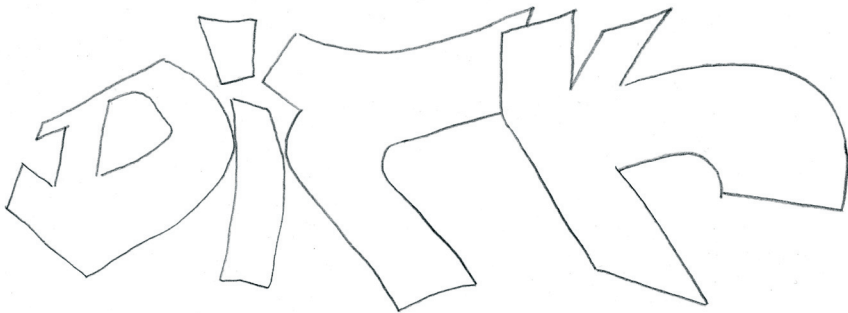
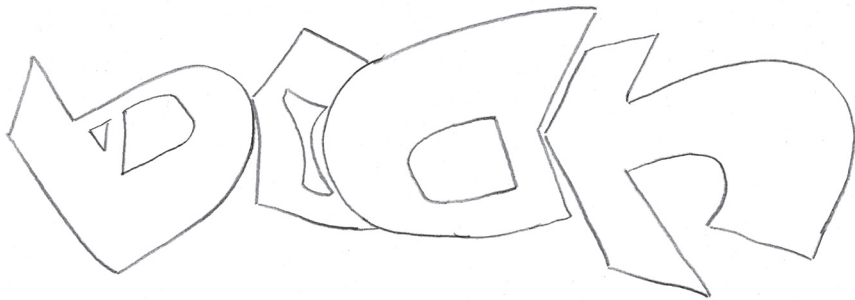


schen den formalen Stilen und inhaltlichen Bezügen: Zu trennen sind in der Form der amerikanische und europäische Stil, wobei dieser sich in Freihand- und Schablonengraffiti differenzieren lässt. Innerhalb der Stile ist die inhaltliche Bandbreite von Ornament, über Markierung, zu Kampagne und Kommentar zu finden. Alle Graffiti lassen sich entsprechend der links abgebildeten Tabelle in mehr oder weniger dekorative bzw. diskursive Typen differenzieren.

Der Stil, also die handwerkliche Machart eines Graffito, lässt sich anhand der in der folgenden Liste dargestellten Systematik wesentlich genauer beschreiben als einfach in amerikanischer oder europäischer Tradition stehend. Es kann auch unterschieden werden zwischen Graffiti, die ausschließlich durch Farbauftrag, solchen, die durch Farbabtrag, also Schaben und Kratzen entstehen und solchen Graffiti, die andere Materialien einbeziehen, wie z.B. auf Papier aufgetragene Bilder oder Texte, die aufgeklebt zentraler Bestandteil des entsprechenden Graffito sein können.

Es sei daran erinnert, dass bei Text-Bild-Mischungen Text als Bild und separat bezüglich seines Inhalts untersucht werden kann:

<b>Form</b>	Bild beziehungsweise Text / Schrift reduziert oder elaboriert klar oder maniert Kontur oder gefüllte Flächen dicker oder dünner Strich
<b>Duktus</b>	den Zeichen-/Sprüh-/Schreib-/Malvorgang dokumentierend oder gleichmäßig, glatt, „unauffällig“
<b>Farbauftrag</b>	pastös, d.h. mit dicker Farbschicht oder mager, d.h. mit dünner Farbschicht
<b>Farbigkeit</b>	Beschreibung der verwendeten Farbpalette



Die Lesbarkeit, also die Eindeutigkeit der Zeichen, wird mit ihrer Ausgestaltung und Verbindung untereinander geringer. Die Qualität des Schriftzugs als Bild jedoch nimmt deswegen zu. Er sieht aus wie ein rennendes Wildschwein, ob der Text „boar“ oder „dirk“ heißt, bleibt offen.



Um die Schriftgestaltung in Graffiti zu beschreiben, kann man zum einen auf das in der Typografie entwickelte Vokabular zurückgreifen, darüber hinaus sind aber genaue Beschreibungen des individuellen Artefakts notwendig, die eher der Bildbeschreibung zugeordnet werden können.

## Typografie

Hinsichtlich der Textgestaltung ist die grafische Gestaltung von Text zu untersuchen: Welche Schrifttypen oder Handschriften werden verwendet, wie deutlich ist der Bezug auf Drucktypen? Die Lesbarkeit verschiedener Schriften ist natürlich unterschiedlich gut, was an der Ausgestaltung und Verzierung, aber auch an Manierismen von Schriften liegt. Gerade bei Graffiti, die nicht der Mitteilung konkreter zumeist sozialer oder politischer Positionen dienen, fällt auf, dass die beabsichtigte ästhetische Wirkung der Schrift ihre Lesbarkeit, also die Erkenn- und Unterscheidbarkeit der Buchstaben massiv beeinflusst.

Die Grundformen der meisten heute gebräuchlichen Graffiti-Schriften „amerikanischen Stils“ sind Blockschriften und Blasenschriften, sogenannte *Bubbles*. Darauf aufbauend – und die beiden Grundformen mischend – ist der sogenannte *Simplestyle*, bei dem die Formen der Buchstaben leicht verfremdet, aber recht gut lesbar sind. Diese Mischformen können durchaus filigran wirken. Der *Semiwildstyle* baut ebenfalls auf den Grundformen auf, die Buchstaben werden durch Pfeile, Balken und andere Effekte ergänzt und sind zum Teil schon stärker maniert, so dass sie deutlich schwieriger zu entziffern sind (Schmitt, Iron 2001, 32 f.). Als Abschluß der Buchstaben- und Schriftentwicklung wird schließlich der *Wildstyle* angesehen, bei dem die einzelnen Buchstaben – wie zuvor beschrieben – verformt und durch zusätzliche (typographemische) Zeichen ergänzt, mit diesen und untereinander verschmolzen werden können, so dass das gesamte Graffito als in sich geschlossene Gesamtform wirkt, die oft gar nicht mehr auf die enthaltenen Buchstaben zurückgeführt werden kann und entsprechend nicht als Text zu lesen ist (Graffiti Art 1999).



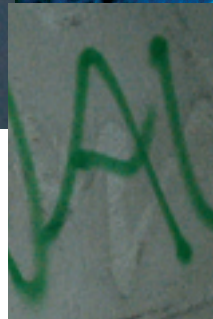
Das Hauptmerkmal von Schriften ist in diesem Zusammenhang ihre expressive Bestimmtheit, ihre „Anmutung“, und die darin angelegte Möglichkeit, mit ihnen Stimmungen und dergleichen mehr mitzuteilen. Jede solche Aufladung der Schrift mit zusätzlichen Bedeutungen neben der Darstellung des Sprechakts heißt Ikonisierung. Die Kommunikationsfunktion der Schrift wird hierbei erweitert, die Sprache wird zum bildlichen Zeichen und Hinweis auf bestimmte Qualitäten der gemachten Äußerung (siehe hierzu: Wienhöfer a.a.O., 312):

Aufgabe der Typographie ist es, die Idee des Textes zu vergrößern, indem die Veränderung den Grad der Entsprechung zwischen der Vorstellung und dem Original erhöht. Das heißt, daß die Idee (Bedeutung) der zu übermittelnden Botschaft durch das Material genauer, präziser, einsichtiger übermittelt wird, als es durch Sprache allein möglich wäre. (Kröplien 1968, 36)

Nicht nur die Bedeutung der Worte selbst wird also mitgeteilt, sondern durch die Ausgestaltung der Schriftzeichen wird auch auf weitere Bedeutungen reflektiert. Die Schrift spiegelt dabei den Sinn, der abhängig vom jeweiligen zeitlichen, dinglichen oder personalen Kontext ist.

Worte in Bildern sind Zeichen, die zu einem anderen Darstellungscode als das Bild selber gehören. Ihre grafische Form wirkt wie alle Objekte des Bildes. Ihre Wortbedeutung kann durch die Form und Wahl der Schrifttype verstärkt werden, muß es aber nicht. Schriftform und Inhalt können sich auch gegenseitig ironisieren. Typografie umfaßt hier allgemein die Schrift- und Satzgestaltung sowohl maschinenschriftlicher als auch handschriftlicher Form. Für jeden erkennbaren eigenen Stil ist die Neuschöpfung in Kombination mit bekannten Elementen wesentlich. Bei Schriften ist die Varianz über bekannte und leserliche Grundformen Voraussetzung für unterscheidbare Stile.

Auf dem bestehenden Schriftrepertoire werden neue Ausformungen aufgebaut, die zum einen noch als Verweis auf die zugrundeliegenden Zeichen erkennbar sind, zum anderen aber dem Ausdruckswillen des Schreibers in diesem Zusammenhang genügen.





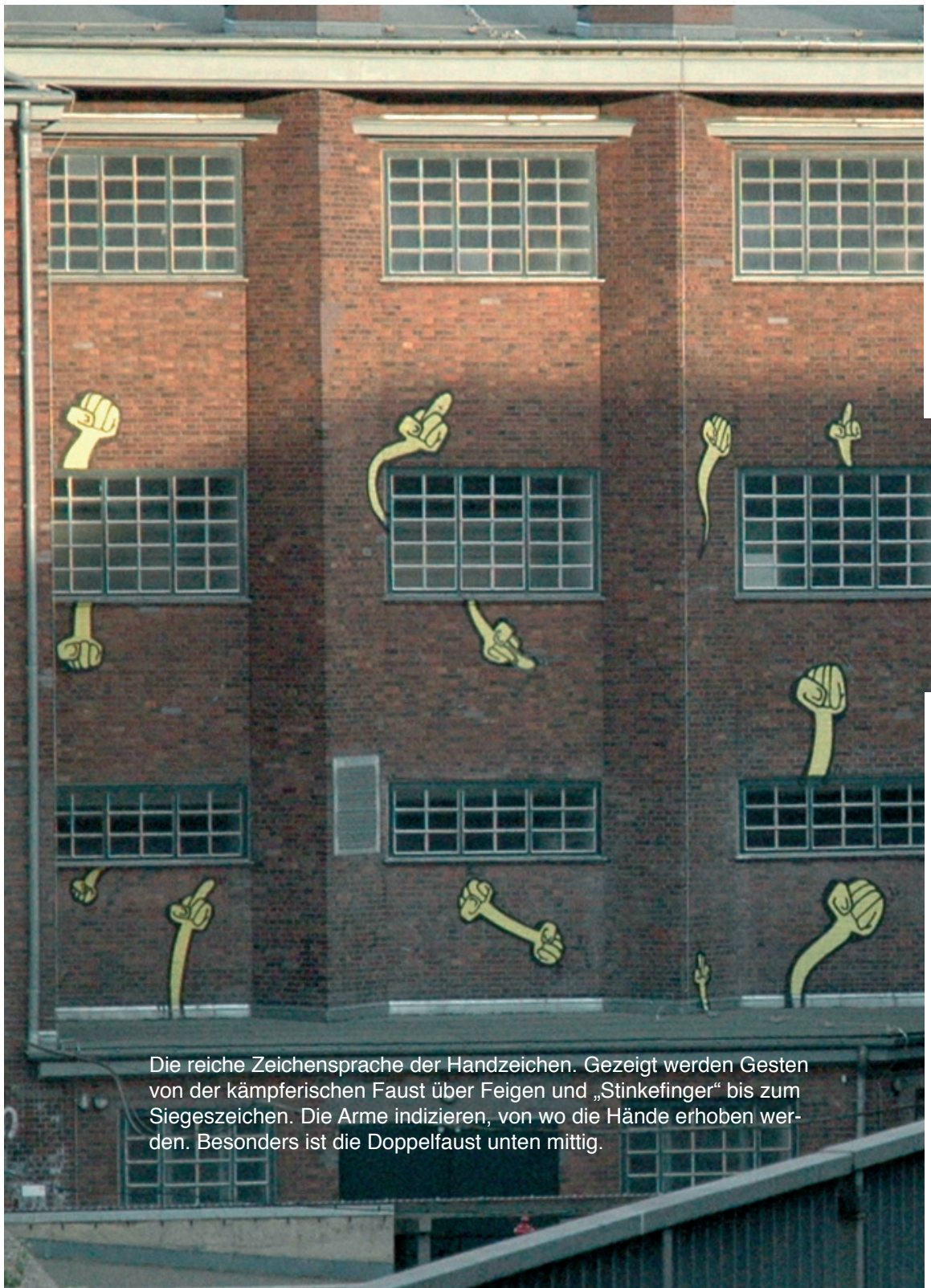
Jede Art der typographischen Ausgestaltung führt eine sonst schwache Ästhetisierung in eine starke über. Die Abweichungen wirken innovativ und weisen neben ihrer Ästhetizität auch auf Rhetorizität [...] (Wienhöfer, a.a.O., 316)

Schriftzeichen tragen jeweils einen Bedeutungskern, den sie mit allen anderen Versionen desselben Buchstabens teilen. Außerdem verweist ihr jeweiliger Charakter, der sich in ihrer Form und Figur ausdrückt, also in den Konturen und der Füllung dieser Umgrenzungen auf historische und stilistische Eigenarten. Ihre Ausdehnung, Form, Gestalt und Anordnung kann bedeutungstragend sein. Der Kontext, in dem Schriftzeichen verwendet werden, also die Kommunikationssituation, tragen zu dieser Bedeutungsebene bei.

Die Auswahl der Schrifttype ist mitbestimmend für die Wirkung des gesamten Graffito: Im Zusammenhang mit dem Inhalt der Texte und der Sprachäußerungen ist deren Umsetzung im Text massiv von den gewählten Schriftformen beeinflusst. So bilden an Grotesk- und Antiqua-Schriften orientierte Schriften die Basis, die jeweils ausgestaltet werden, um assoziative Bedeutungen zu sichern. Graffiti-Blockschriften beruhen meist auf serifenlosen Grotesk-Schriften (z.B. Futura) die auf optimale Lesbarkeit ausgerichtet sind. Entsprechend gut lesbar sind diese Blockschriften: Die Buchstaben behalten viel von ihren wesentlichen Merkmalen und sind daher kaum verwechselbar.

Durch die Zufügung von serifenartigen Schmuckelementen und zusätzlichen Zeichen wie Balken, Pfeilen, Satzzeichen wie Ausrufungs- und Fragezeichen, als Ausflüsse und Pfützen gestalteten Blasen und anderer Zeichen wird die Lesbarkeit reduziert, aber der individuelle Ausdruck der Schrift erhöht, bis schließlich die Buchstaben an den Berührungspunkten ineinander übergehen und zu eigentümlichen Gebilden zusammenfließen, in denen Buchstaben und Buchstabenfolgen zu Figuren werden, die sich dem Betrachter unterschiedlich schnell erschließen können.





Die reiche Zeichensprache der Handzeichen. Gezeigt werden Gesten von der kämpferischen Faust über Feigen und „Stinkefinger“ bis zum Siegeszeichen. Die Arme indizieren, von wo die Hände erhoben werden. Besonders ist die Doppelfaust unten mittig.



## Graffiti als Medium

Baudrillard betont immer wieder den Ursprung und die Urheberschaft von Graffiti als aus den Ghettos der Nicht-Weißen stammend: Graffiti „brechen in die weiße Stadt ein“ und stehen dabei jenseits von Ideologie und Kunst, wobei ihre Botschaft gleich Null sei. Dem ist unabhängig vom historischen Kontext entschieden zu widersprechen: Wenn die Zeichen einer Gesellschaftsschicht in die der anderen Gruppen „einbrechen“, so ist das durchaus eine vielschichtige Information.

Er beschreibt Graffiti als leere Bezeichner, die alle anderen Zeichen im (Stadt-)Raum, die im Gegensatz zu ihnen Bedeutungen tragen, hinterfragen – und vor allem überlagern. Diese Übermalungen versteht er als Guerilla-Technik Behinderung durch die Übermalung der Kommunikationen. Seiner Meinung nach liegt der Wert dieser Graffiti in der totalen Austauschbarkeit der Elemente dieses Codes, nämlich aller dieser unterschiedlichen Graffiti. Für Baudrillard sind die *Tags* so einfach, dass sie nicht weiter reduziert werden können. Sie seien aufgrund dieser inhaltlichen Armut auch nicht interpretier- oder konnotierbar (Baudrillard, a.a.O., 26). Dem ist entgegenzuhalten, dass jedes Graffito eine Form hat, die beschrieben und interpretiert werden kann, die in Zusammenhang mit ihrer Umgebung gestellt wird und in diesem Zusammenhang wiederum in ihren Zeicheninhalten gedeutet werden kann.

Wie schon angemerkt, ist Baudrillards Position nur schwer zu halten, da sich Graffiti in ihren Formen, Inhalten und Machart unterscheiden. Sie haben unterschiedliche Erscheinungsbilder und damit Wirkungen: Wenn man Graffiti genauer betrachtet, stellt man die Unterschiede in Form, Farbgebung, Anmutung und Wirkung fest. Graffiti, die ausschließlich als Übermalungen von Fahrplänen oder anderen Orientierungshilfen aufgefasst werden können, sind zumindest Übermalungen, also Unkenntlichmachung von zuvor gegebenen Oberflächeninformationen. Der Stil der Übermalungen erlaubt Einordnungen in Überlegungen zu ihren jeweiligen De- und Konnotationen. Also sind auch diese nur begrenzt leere Bezeichner, die auf die zeichengebenden Individuen, also die Sprayer rückschließen lassen.





Die Teile des Zeichensystems Graffiti sind in ihrer Funktion definiert und austauschbar, auch können die Funktionen wechseln. Das haben sie mit allen Zeichen gemeinsam: Wenn man die Veränderbarkeit von Zeichenbedeutungen bedenkt, ist diese keine Einschränkung der Fähigkeit, temporär Bedeutungen zu tragen.

Baudrillard argumentiert in seinem Text zudem ausführlich, dass die Mitglieder der Graffiti-Kultur aufgrund ihrer Situation im gesellschaftlichen System keine Identität haben können (ebd., 25):

Aber die jungen Schwarzen haben keine Persönlichkeit zu verteidigen, sie verteidigen auf Anhieb eine Gemeinschaft. Ihre Revolte ist zugleich Ablehnung gegen bürgerliche Identität und Anonymität. (Ebd., 38)

Dabei ist zu beachten, dass er bei der Formulierung dieser Position nicht zwischen kollektiver und individueller Identität unterscheidet, der Öffentlichkeit werden keine Gegenöffentlichkeiten zur Seite gestellt. An anderer Stelle begründet Baudrillard seine Darstellung von Graffiti als Ausdruck des Kollektivs damit, dass deren Urheber aus den „schwarzen“ Ghettos kommen, wo es kein Privatleben und keine Intimität gebe, aber intensiven kollektiven Austausch (ebd., 27 f.). Dass ein Kollektiv aber nicht ohne individuelles Handeln fortbestehen kann, da es sich sonst nicht immer wieder seiner selbst vergewissern kann, dass es von den Aktionen der einzelnen, sich voneinander unterscheidenden Mitgliedern gestaltet wird, und dass jede Gruppe in ihrer Zusammensetzung und Geschichte aufgrund der Haltungen und Handlungen der einzelnen Mitglieder unterscheidbar wird, sei hier nur erwähnt.

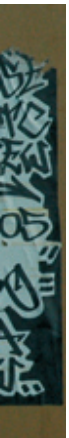
Laut Baudrillard sind die in den Graffiti verwendeten Namen keine persönlichen Bezeichner, sondern Stammesbezeichnungen, die die radikale Exklusivität der sozialen Gruppe ausdrücken. Die Namen drücken für ihn eine kollektive Anonymität aus und werden ausgetauscht, übertragen und lösen sich unbegrenzt gegenseitig in ihrer Anonymität ab. In den erfundenen bzw. angenommenen Namen wendeten die Sprayer die Unbestimmtheit des Individuums im System gegen das System selbst (ebd., 25 f.).



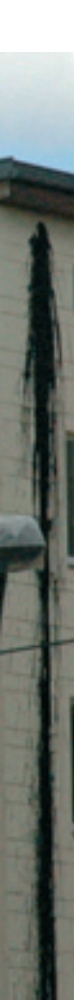


Aber Pseudonyme drücken ebenso wie Taufnamen Individualität aus. In der Gestaltung der Graffiti, seien es einfache *Tags* oder komplexe Schriftzüge oder Logos, zeigt ihr Autor Aspekte seiner Handschrift und gegebenenfalls auch seines gestalterischen Könnens. Dies ist ebenso Teil seiner Identität wie die darin dargestellten angenommenen Namen, Zuordnungen, etc. Baudrillards Position ist – wenn überhaupt – damit zu erklären, dass er nicht zwischen der Individualität des Menschen innerhalb der Gesellschaft und der Funktion des Menschen für das ausdifferenzierte kapitalistische System trennt, da er nach Anzeichen für den Widerstand gegen das kapitalistische Wirtschaftssystem sucht, in dem Gesellschaft nur als Konsumentenkollektiv besteht. Denn die Ab-erkennung der persönlichen Identität aufgrund der Lebensbedingungen ist andernfalls schwer nachzuvollziehen. Egal wo, ein Mensch unterscheidet sich vom anderen und erlangt darüber seine Identität.

In Baudrillards Augen ordnen Graffiti für den Initiierten die Zuordnung und den Bestand von Territorien. Durch ihre Verwendung außerhalb der Ghettos und der eigenen Territorien verzeichnen sie die Erweiterung des Ghettos auf „die weiße Stadt und bringen an den Tag, dass sie das wahre Ghetto ist.“ (ebd., 28). Das ist eine von seinem politischen Standpunkt bestimmte Interpretation des Mediums, die heute nur sehr begrenzt am Medium selbst, den Graffiti, aufgezeigt werden kann. Auch widersprechen ihr die Aussagen vieler Graffiti-Schreiber, die ihre Tätigkeit als Selbstdarstellung und Möglichkeit verstehen, ihren Namen so bekannt wie möglich zu machen. Das Bestreben zur Selbstdarstellung und Selbstvermarktung von einzelnen Schreibern und kleinen Sprühergruppen kann nur als Folge und im Zusammenhang mit einer entschiedenen Individualisierung dieser Graffiti-Schreiber geschehen. Dass sie dabei mit ihren angenommenen Namen das standesamtliche Benennungssystem unterlaufen, hat eher mit der eigenen Verwendung dieser Namen und mit dem Wissen um die strafrechtlichen Konsequenzen ihrer Graffiti zu tun. Dass das *Tag* als „symbolische Matrikel“ das gewöhnliche Benennungssystem unterläuft (ebd., 26), stimmt zwar, kann aber nicht automatisch als oppositionelle Haltung verstanden werden. Spitz- und Künstlernamen erlauben die eindeutige Zuordnung von Werken zu ihren Autoren bzw. Produzenten, ohne das gesellschaftliche Gefüge zu hinterfragen.







Manche Sprayer verstehen ihre Aktivitäten als Selbstdarstellung, mittels der sie innerhalb der Szene Anerkennung erlangen können, sehen ihr Handeln aber nicht als Systemkritik. Andere versuchen mit ihren Graffiti durchaus, Kritik an gesellschaftlichen Zuständen mitzuteilen, verbinden dies in der Regel mit der Verbreitung ihres Namens. Wieder andere argumentieren, dass das Sprayen ihrer Zeichen auf fremdem Besitz an sich schon Kritik an Besitzverhältnissen und gesellschaftlicher Ordnung sei. An diesem Punkt kann besonders schön verdeutlicht werden, dass die Mitteilungsabsicht nicht mit der Mitteilung gleichgesetzt werden kann: Die encodierten Inhalte sind nicht gleich den decodierten Inhalten. Auch ist anzumerken, dass die behauptete Kritik in den entsprechenden Gruppen als Pathosformel vorausgesetzt wird.

Das Hinterlassen von Graffiti wird generell als Möglichkeit genutzt, die eigene Identität vor der Gesellschaft auszubreiten. Graffiti sind entsprechend die Zeichen dieser Selbstdarstellungen, die im Lebensraum der eigenen und anderer gesellschaftlicher Gruppen positioniert und entsprechend unterschiedlich gelesen werden.

Aus der Legalität beziehungsweise Illegalität der Produktion wird bei Baudrillard auf die Bedeutung und Zugehörigkeit der Zeichen zu Kommunikationsprozessen geschlossen. Die ihn interessierenden Graffiti werden ohne Rücksicht auf Besitzverhältnisse geschaffen, wobei sie gerne auch andere Zeichen überdecken und unlesbar machen. Die Stadt als soziales und logistisches System merkt als Auswirkung, dass die beabsichtigte Kommunikation, etwa von Fahrplänen, etc. daran scheitert, dass diese Informationen ihre Adressaten nicht erreichen. Dies kann als Protest oder als Revolte gegen das System gelesen werden, aber auch als Zerstörung fremden Eigentums und Schädigung des Gemeinwohls.

Es genügen tausend mit Markers und Farbsprühdosen bewaffnete Jugendliche, um die urbane Signaletik durcheinander zu bringen, um die Ordnung der Zeichen zu stören. Denn die Graffiti verdecken sämtliche U-Bahn-Pläne New Yorks – so wie die Tschechen die Straßennamen Prags veränderten, um die Russen in die Irre zu führen: ein und dieselbe Guerilla. (Baudrillard a.a.O., 31)





**LIEBE NUTZER**  
folgende Punkte bitte beachten:

### HAUSRECHT

Hausrecht an dieser Kletteranlage haben die WIR Wohnungsbaugesellschaft in Berlin mbH und der DAV Sektion Berlin e.V. Während der Öffnungszeiten wird das Hausrecht von den autorisierten Betreuern ausgeübt, außerhalb der Öffnungszeiten von den Übungsleitern der Sektion Berlin.

### KLETTERREGELN

Die Nutzung der Kletteranlage erfolgt auf eigene Gefahr. Griffe und Rette können - wie im natürlichen Fels - lose sein oder ausbrechen. Die Kletteranlage darf nur zum Klettern benutzt werden.

Klettern ist gefährlich, wenn keine korrekte Sicherung angewendet wird. Aus diesem Grund gilt:

- Bouldern (ungesichertes Klettern) nur bis Absprunghöhe,
- Klettern über Absprunghöhe nur mit Seilsicherung,
- Einhängen aller Zwischensicherungen einer Kletterroute,
- Vorstiegs- und Topropesicherung ohne Schlappseil,

WIR  
Wohnungsbaugesellschaft in Berlin mbH  
Schwedter Straße 8/9, 10119 Berlin  
Tel.: 443 23-0

nur eine Seilschaft je Route.  
Minderjährige dürfen nur unter der Aufsicht von Erziehungsberechtigten oder Kletterausbildern klettern.  
Alle Kletterer verpflichten sich, die anerkannten Regeln der Sicherungstechnik anzuwenden.

### NUTZUNGSORDNUNG

- Alle Nutzer halten die Kletteranlage sauber, wir bitten den Müll zu entsorgen.  
Alkohol und Drogen sind an der Kletteranlage verboten.
- Alle Nutzer achten auf ihr persönliches Eigentum. Für verlorengegangene und beschädigte Gegenstände wird keine Haftung übernommen.
- Schäden an der Kletteranlage müssen sofort gemeldet werden.
- Für Schäden haftet der Verursacher.
- Kletterausbildung und Gruppenveranstaltungen bedürfen der Zustimmung des DAV Sektion Berlin.

### INFORMATIONEN

Wir empfehlen die Mitgliedschaft im DAV, Sektion Berlin. Alle Mitglieder haben Versicherungsschutz und Zugang zum großen Ausbildungs- und Fahrtenangebot für Kletterer und Bergsteiger.

Deutscher Alpenverein  
Sektion Berlin e.V.  
Markgrafenstraße 11, 10969 Berlin  
Tel.: 251 09 43

Bei solchen grundsätzlichen Positionierungen stellt sich die Frage, wer sich als wessen Gegner im urbanen Leben sieht. Und man wundert sich über den mangelnden Realismus angesichts der Idee, dass aufgrund der aus Übermalungen resultierenden Orientierungsprobleme die kapitalistische Gesellschaft zusammenbrechen könnte, anstatt zu sehen, dass die Menschen, die es sich erlauben können, auf andere Transportmittel und in andere Lebensräume ausweichen, während die ärmeren Schichten die Auswirkungen der Graffiti-“Guerilla“ zu tragen und in einem ohne ihr Zutun umgestalteten Umfeld zu leben haben.<sup>5</sup>

Die Machtverhältnisse werden für Baudrillard durch Graffiti angezweifelt, da diese die bestehende Ordnung des öffentlichen Raums überdecken, wodurch dieser wieder zu einem einheitlichen und sozial offenen Raum werde. Dass sie auch bei Angehörigen der nicht herrschenden Eliten Befremden oder Aversionen auslösen können, da es keine Solidarität aller nicht-herrschenden Gruppen innerhalb der Gesellschaft gibt, ignoriert er. Auch dass Graffiti andere Formen sozialer Organisation in Mitleidschaft ziehen, diskutiert er nicht.

Ein Punkt, in dem Baudrillard – wie viele andere – die technischen Entwicklungen und deren sozialen Auswirkungen nicht voraussehen konnte, macht sich in seiner Diskussion von Graffiti als Protestplattform, als Gegenöffentlichkeit bemerkbar. Zwar geht er davon aus, dass sich alle anderen Aspekte des gesellschaftlichen Lebens verändern werden, die Kontrolle über die Kommunikationsmittel und dabei vor allem die Massenmedien aber werde auch weiterhin in der Hand der Eliten sein:

In der Sphäre der Zeichen und des Codes [...] muß das Monopol absolut bleiben. [...] Der Unterschied zwischen Sendern und Empfängern, zwischen Produzenten und Konsumenten von Zeichen muß total bleiben, denn in ihm liegt heute die wirkliche Form der gesellschaftlichen Herrschaft. (Ebd., 22 f.)

5 Ein Vergleich mit sog. Spam-Mails bietet sich an: Angesichts der Menge, Formen und Inhalte dieser Sendungen ist eine berechtigte Chance auf Kundengewinn durch sie kaum zu argumentieren. Stattdessen beeinflussen und behindern sie die Kommunikation der meisten Internet- bzw. E-Mail-Nutzer, weil es möglich ist.





Die klassischen Massenmedien haben sich unter Wahrung und Stärkung wirtschaftlicher Interessen inzwischen massiv diversiviziert und verbreiten auch im öffentlich-rechtlichen Bereich zunehmend Belanglosigkeiten bei schnellem Wechsel der Inhalte. Eine zunehmende Zahl an Formaten erlaubt und pflegt eine oberflächliche Beteiligung der Zielgruppen, die sich durch die Diversivizierung der Medienangebote zunehmend isolieren: Die verschiedensten sozialen Szenen und Millieus bedienen sich in den heutigen Massenmedien punktgenau entsprechend ihrer Interessen. Die sozialen Eliten haben sich zum einen selbst diversifiziert und sind keine homogene Gruppe – falls sie das jemals waren. Zum anderen haben die Angehörigen der politischen oder wirtschaftlichen Eliten nur begrenzt Kontrolle über die Medien und deren Inhalte, auch wird die soziale Leitrolle einer bestimmten Kultur durch eine gewisse Pluralität der heutigen Gesellschaft abgelöst: Vor allem das Internet erlaubt die Gleichzeitigkeit vieler Öffentlichkeiten, die aber erst bei der Ausweitung solcher Diskussionen über einzelne Foren und aus dem Internet in die breitere Öffentlichkeit genötigt sind, auf die jeweils anderen Positionen einzugehen.

Baudrillard hat betont, dass die einzelnen Menschen in ihrer räumlichen Verortung variabel sind (vgl. ebd., 22), dass ihr Code aber festgelegt bleibe. Dagegen bleibt zu sagen, dass die Sprache und der Zeichengebrauch nicht in den Graffiti fixiert ist: Diese zeigen als Gesamtmenge nicht den Zustand der heutigen Gesellschaft, sondern höchstens den eines kleinen Teilbereichs derselben.







## Graffiti als En-Passant-Medien

Ein Graffito ist im Extremfall nicht als Zeichen mit konkretem Inhalt, mit einer eindeutig denotierten Bedeutung lesbar, sondern als Zeichen für seine Anwesenheit, in der je nach Kontext, Lesegewohnheit usw. unterschiedliche Konnotationen gegeben sind. Es ist also nicht ohne Bedeutung, selbst wenn es nur als Ornament eingesetzt ist.

Graffiti sind, soweit sie zu verstehen sind, nicht die Zeichen unterdrückter Gruppen und ihrer Parallelwelten, auch wenn in einem verhältnismäßig kleinen Anteil Kritik an gesellschaftlichen Mißständen ausgedrückt wird. Sie sind vor allem Möglichkeiten mehr oder weniger kreativer Selbstdarstellung: Die Bandbreite der heute anzutreffenden Graffiti reicht von solchen, die durch aufgetragene Farbe, über die, die durch Schaben und Kratzen entstanden sind, bis zu denen, die andere Materialien einbeziehen (auf Papier befindliche und in das Graffiti eingeklebte Bilder) oder ganz aus anderen Materialien wie Klebeband, Kacheln, usw. entstehen. Dabei sind die Grenzbereiche des Graffito umstritten: Es gibt Meinungen, dass schon Artefakte, die im Materialmix mit Farbauftrag entstehen, keine Graffiti seien. Entsprechend wären durch Aufkleben von Materialien entstandene Mitteilungen auch keine Graffiti. Da sich die Bedeutung schon lange vom „Eingeritzten“ gelöst hat, ist die Erweiterung der Sammelbezeichnung „Graffiti“ auch auf diese Arten sinnvoll. Natürlich bedingt dies eine klare Binnendifferenzierung des Begriffs.

Festzuhalten bleibt, dass die Lesbarkeit von Bildern und Texten unterschiedlich hoch ist, da sie unterschiedliche Mengen kulturellen Vorwissens benötigen. Entsprechend können mit Kombinationen von Bildern mit Texten gezielt neue Zusammenhänge konstruiert werden: Zurückgegriffen wird neben verschiedensten Bildern auch auf massenmedial etablierte Abbildungstraditionen und ikonisierte Bilder nicht nur aus dem Kontext der Popkultur, der Politik oder Geschichte, die durch Ergänzung von Texten kommentierend, kritisierend, gerne aber auch ironisierend in neue Sinnzusammenhänge gestellt werden. Sowohl in diesen als auch in rein textlichen Graffiti erlaubt die Bandbreite von restringierter zu elaborierter Gestaltung zusätzliche Ausdrucksqualitäten: Die Bild- und die

Verbindung von Bild und Wort mit Hilfe der Blasen über dem liegenden Buddha, die mit „city“ die Gedankenebene verlassen:

„poetries from poetrees  
from poetthrees and more...  
at liberties on poetstreets  
license to be or not to be  
the soul of generosity - city.  
id.“





Schriftebene haben gestalterische Qualitäten, die sich auf die Wirkung des Graffiti insgesamt auswirken. Die Ebenen sind dabei sowohl getrennt voneinander, als auch in ihrem Zusammenwirken zu betrachten, da der Bezug der Form auf den Bild- bzw. Textinhalt und das Zusammenwirken aller Teilaspekte wesentlich für die Rezeption ist.

Graffiti machen ihre Maluntergründe durch das Überdecken aller zuvor sichtbaren Beschriftungen, der Abgrenzungen und Übergänge zwischen Baumaterialien zu als Einheit erkennbaren Flächen und geometrischen Körpern. Interessant ist, dass auch Skateboard -Fahrer verschiedene bauliche Objekte zu Rampen, Fahrbahnen und Hinderniskursen vereint: Unabhängig vom verbauten Material und der Anordnung der Objekte werden sie zur Fahrstrecke, zum Parcours vereinheitlicht. Für Baudrillard macht dieses Übermalen die Wände

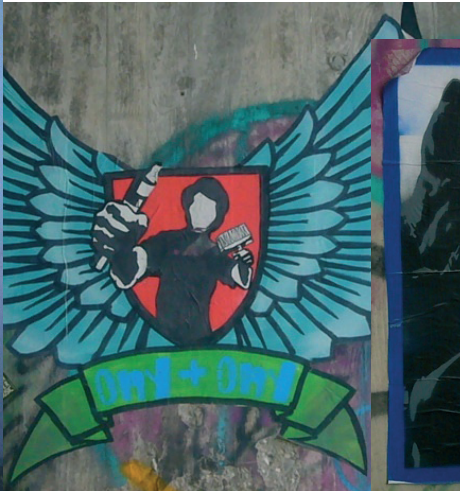
[...] wieder zur lebendigen, immernoch [sic] sozialen Materie, zum beweglichen Körper der Stadt vor seiner funktionalen und institutionellen Markierung. (Baudrillard a.a.O., 35)

Er liest dies als Zeichen einer archaischen Welt und ihrer Kommunikation, die parallel neben der etablierten Gesellschaft existiert und diese negiert. Das ist kaum aufrechtzuerhalten, wenn man bedenkt, in welchem Ausmaß Graffiti in die Zeichensystematik der „Leitkultur“ integriert sind – sei es in der Werbung für Kleidung, Fahrzeuge, Veranstaltungen, usw.

Eine Übertragung der Argumente und Positionen Baudrillards auf die heutige Zeit und, beispielsweise, die deutsche Gesellschaft ist nicht leicht möglich. Auch wenn es zum Selbstentwurf mancher Urheber von Graffiti gehört, sich selbst als außerhalb der „bürgerlichen“ Gesellschaft stehend und als *Underdog* darzustellen, so ist festzuhalten, dass sie sich bei weitem nicht pauschal sozialen Randgruppen zuordnen lassen oder aus abgrenzbaren Ghettos heraus aktiv sind.

Die Individualisierung der Gesellschaft in all ihren Teilen hat sich fortgesetzt. Für oppositionelle Positionen und Meinungen finden sich andere Plattformen als Graffiti, die zudem gegenüber ihren Details mit schwindender Aufmerksamkeit der allgemeinen Öffentlichkeit zu rechnen haben.





Subkulturell gehört heute zu manchen als rebellisch begriffenen Selbstentwürfen das Sprayen. Für sie ist die Produktion von Graffiti ein Teil der Selbstverwirklichung und des Ausdrucks der eigenen Individualität. Andere reproduzieren die in spezifisch ausdifferenzierten Massenmedien vorgestellten Aspekte bestimmter Typenentwürfe. Wieder andere versuchen auf diesem Wege, Meinungen zu in der Öffentlichkeit diskutierten Themen beizusteuern. Es finden sich auch stereotypisierende Darstellungen von Menschen als sozialer Klassen. Inwieweit diese auf die sozialen Bedingungen der jeweiligen Existenz übertragbar sind und in wie weit sie als Reproduktion stereotyper Muster gemeint sind, muß an dieser Stelle offen bleiben. Graffiti sind jedenfalls allgegenwärtig und erlauben Einblicke in das Selbstverständnis ihrer Produzenten und deren Kulturen.





Von der Fußgängerampel zum eingetragenen Warenzeichen und Symbol im Stadtmarketing: Der Ost-Ampelmann findet sich nicht nur auf Ampeln auch in Westberlin, sondern trägt längst eigenständige Zeichenbedeutungen.

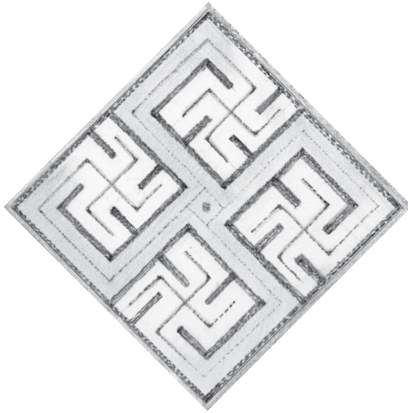
## Ergebnisse / Schluss

Die vorgenommene Auseinandersetzung mit dem Begriff und den Aspekten von En-Passant-Medien erlaubt eine Differenzierung der Klassen, in die En-Passant-Medien eingeteilt werden können. Dies ist nicht nur wegen des Klassifizierens selbst sinnvoll, sondern auch weil es erlaubt, die medialen und kommunikativen Unterschiede der einzelnen Beispiele pointiert in ihrer Funktion für die Gruppenbildung, den Gruppen-erhalt und deren Veränderung zu untersuchen. Durch das Sortieren werden die Möglichkeiten deutlich, die für Kommunikationen bereitstehen. Das kann man für gezielte Weiterentwicklung, aber auch für einen kritischen Umgang mit unserer mitteilungsüberfluteten Umwelt nutzen. Wenn man versteht, wie welche En-Passant-Medien funktionieren, begreift man, wie z.B. kommerzielle Werbung in ursprünglich werbefreie Bereiche vorge-  
drungen ist und wie man sie umnutzen oder unterlaufen könnte.

Die Einteilung erleichtert auch die medienwissenschaftliche Ausein-  
dersetzung mit den jeweiligen Qualitäten von Graffiti oder Milchtüten als Massenmedien. Was offen bleiben muß, sind Kriterien wie z.B. Erfolg bei der Darstellung von Botschaften und generell die Wirkung von Medien und den mit ihrer Hilfe transportierten Mitteilungen.

Medien transportieren Codes und erlauben in ihrem Gebrauch das Schaf-  
fen und Etablieren von Zeichen. Ohne Medien kann es keine Zeichen-  
prozesse geben, aber ebenso gibt es ohne diese Zeichenprozesse keine  
Medien. Dadurch, dass jemand ein Objekt nimmt und es so gestaltet, dass  
er damit Inhalte ausdrückt, macht er es zum Zeichen, das neben anderen  
Zeichen steht, die entsprechend unterschiedliche Bedeutungen tragen.  
Dieser Prozess der Zeichenschaffung und Nutzung definiert auch das Me-  
dium, mit dem ab dann kommuniziert werden kann. Es gab keine Kom-  
munikationsmedien vor der Schaffung von Zeichen, sie hätten keinen  
Inhalt gehabt und wären also keine Medien gewesen. Durch den Prozess  
der Zeichenschaffung und Verwendung wird zugleich immer auch das  
Medium definiert, auf dem oder mit dem die Zeichen vermittelt werden.





Ausschnitt aus dem gewebten Rahmen eines Wandbehangs aus dem 13. Jahrhundert im Dom zu Halberstadt. Die eingewobenen Hakenkreuze werden heute als Zeichen mit Nazi-Konnotation decodiert, wohingegen das Mittelalter sie rein ornamental sah.



In En-Passant-Medien wird dieser Mechanismus zum einen deutlich und zum anderen immer weiter fortgesetzt. Dinge, die nicht als Kommunikationsmedien geschaffen wurden, werden zusätzlich auch als Trägermedien für Mitteilungen genutzt, ohne dass die Hauptfunktion aufgegeben wird. Gruppen nutzen z.B. ihre Zahlungsmittel auch zur Erinnerung an ihre kollektiven Mythen. Briefmarkenmotive dokumentieren kulturelle Wertungen. Aber die Objekte verändern sich dadurch nicht: Das Hemd bleibt Hemd, auch wenn sein Muster die DNA des Grottenolms darstellt.

Entsprechend können analoge Oberflächen ebenso gut digitale Codierungen von Inhalten zeigen, wenn diese auch ohne Übersetzung keine für den Menschen sinnvollen Inhalte zeigen können. Ältere Codes wurden nur als Andeutung – Abbildungen von Codeausschnitten als Zeichen für Code – verwendet. Sie waren nicht vom Kleidungsstück in Maschinen einzu-lesen, die sie als sinnvolle Mitteilungen hätten verstehen können. Für Betrachter ist der Aufdruck nur allgemeines Zeichen für Computercode, Eingeweihte erkennen darüber hinaus – je nach abgebildeter Maschinensprache – Schleifen und andere Programmbausteine. Lesen kann das aber ohne Hilfe niemand. Heutiger QR-Code<sup>6</sup> ist auch auf dieser Schwelle stehen geblieben, die für den Menschen nicht zu überwinden ist. Auch dieser Code kann beispielsweise auf T-Shirts oder Aufkleber gedruckt werden, die in verschiedensten Kontexten eingesetzt werden können.

Aber in dieser Form ist die Abbildung nur ein Ornament, da der menschliche Betrachter die Informationen gar nicht decodieren oder die Inhalte umsetzen kann. Für den entscheidenden Schritt zum Unterscheiden einzelner Zeichen innerhalb der Sprache und Übersetzen in sinnvolle Information braucht der Mensch technische Hilfsmittel. Ohne diese bleibt auch die QR-Code-Abbildung inhaltsleer und nur Zeichen für diesen Code, also nur Gesamtzeichen. Trotz der Unverständlichkeit sei aber abschließend festgehalten, dass Botschaften in Code ebenso mediale Zusatzinhalte von nicht zu Mitteilungszwecken geschaffenen Objekten sein können.

6 QR-Code: „Quick-Response-Code“ ist schwarz-weiß gewürfelter quadratischer Blockcode. Ich danke Steffen Schnittger für die Einführung in die wachsende QR-Code-Verwendung.

Ehrenpforten und Triumphbögen wurden spätestens seit der Zeit des deutschen Kaiserreichs zu Ereignissen wie Staatsbesuchen, Staatsbegräbnissen oder Paraden als ephemere Bauten errichtet, also nur kurzlebig und an das Ereignis gebunden. Heute werden z.B. Baugerüste zur Rekonstruktion historischer Straßenbeleuchtung zu weithin sichtbaren Werbetoren erweitert. Ob die Werbeflächen Hauptzweck oder Nebennutzung der Baugerüste sind, wird diskutiert.



En-Passant-Medien sind weitere Beispiele für die Prozesse, in denen Zeichensysteme und Codes je nach Trägermedium unterschiedlich verwendet werden (können) und dadurch in ihren Bedeutungen und Gebrauchskonventionen vereinbart werden. Bedeutungszuschreibungen werden auch dabei immer wieder neu verhandelt und Zeicheninhalte werden erweitert, verändert – oder eben nicht. Denn nach wie vor gilt, dass Zeichen nicht fixiert sind, sondern ihre Bedeutung, ihre Form – also ihre Identität und Grenzen – in der Gesamtmenge der Verwendungen, in „Millionen von Gebrauchs- und Übertragungsakten“ gewinnen (Winkler 2008, 313).

Die einzelnen En-Passant-Medien können je nach Beschaffenheit der Oberflächen und Materialien nur mit bestimmten Werkzeugen bearbeitet und gestaltet werden. Sie erlauben nur begrenzte Materialaufträge und so weiter. Aber für die Mitteilungsebene aller En-Passant-Medien können sowohl Bilder als auch Schriftzeichen verwendet werden, da die Träger aufgrund ihrer nicht medialen Primärfunktion alle ein Mindestmaß an räumlicher Ausdehnung und Stofflichkeit bieten.

Die Bedeutungsbreite der aufgetragenen Mitteilung wird durch den Kontext des Trägermediums und seiner Platzierung erweitert, denn die Materialien und der Zustand des Trägerobjekts konnotieren die inhaltliche Aussage der Mitteilung. Ein Graffito im Schaufenster einer Modeboutique wirkt natürlich anders als das gleiche in einer stinkenden und schlecht ausgeleuchteten Fußgängerunterführung. Dasselbe gilt für Textilien mit Textaufdruck und so weiter. Auch daran kann man sehen, wie Medien Bedeutungen schaffen, also Signifikanz, und wie sie Diskurse strukturieren, verdichten und hierarchisieren: En-Passant-Medien erlauben und bedingen, dass sich diejenigen, die sich mit den enthaltenen Mitteilungen auseinandersetzen, ihren Bezug zu diesen Medien, den verwendeten Zeichen und der darin ausgedrückte Weltansicht bewußt machen. Die selben Medien funktionieren aber auch unbewußt und wenn man ihre Verwendung entsprechend gewöhnt ist.



Do confusing thoughts about the meaning of Modern Art keep you up at night and prevent you from leading a rich and fulfilling life? Do galleries and museums scare you?

# UNDERSTAND MODERN ART

#DW0965

*instantly*™

BREATH SPRAY

SURREAL PEPPERMINT FLAVOR

MANET?  
MONET?  
IMPRESSIONISM?  
EXPRESSIONISM?  
HOW ARE YOU  
SUPPOSED TO  
REMEMBER?!



Our revolutionary new spray slips discreetly into any pocket and can be concealed for emergency use in the palm of your hand. No one



# Literatur / Quellen

Arnheim, Rudolf (1954): Kunst und Sehen: Eine Psychologie des schöpferischen Auges. Berlin: de Gruyter.

Baudrillard, Jean (1978): „Kool Killer oder Aufstand der Zeichen“ in: ders.: Kool Killer. Berlin: Merve Verlag; 19–38;

Berghaus, Margot (1986): „Zur Theorie der Bildrezeption. Ein anthropologischer Erklärungsversuch für die Faszination des Fernsehens.“ In: Publizistik 31, 1986/Heft 3–4; 278–295.

Berghaus, Margot (2000): Luhmann leicht gemacht. Köln: Böhlau.

Chi, Immanuel: „Abgetreten und abgeküßt. Das Schicksal der Dinge“ in: Aigner, Carl; Uli Marchsteiner (Hrsg.) (1999): haltbar bis ... immer schneller Design auf Zeit. Köln: DuMont; 84–91.

Cohen, Phil: „Out of the melting pot into the fire next time: imagining the east end as city, body, text“; in: Westwood, Sallie; John Williams (eds.): Imagining Cities. Scripts, signs, memory. London, New York: Routledge, 1997; 73–85.

Dening, Greg (1995): The Death of William Gooch; A History's Anthropology. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Domsich, Johannes (1991): Visualisierung – ein kulturelles Defizit? Der Konflikt von Sprache, Schrift und Bild. Wien, Köln, Weimar: Böhlau. 53–61.

Eisner, Will (2004): Comics and Sequential Art. 26. Auflage. Tamarac, Florida: Poorhouse Press.

Flacke, Monika (Hrsg. für das Deutsche Historische Museum) (2004): Mythen der Nationen. 1945 – Arena der Erinnerungen. 2 Bd. Mainz: Philipp v. Zabern.

Fuchs, Peter (1998): „Sinn und Form“ in: Hanel, Bernhard; Robin Wagner (Hrsg.): Spannungsfeld Kunst. Sinnhorizonte und Gestaltungsziele heute. Meyer-Verlag.

Fuhrmeister, Christian: Beton Klinker Granit – Material Macht Politik. Berlin: Verlag für Bauwesen, 2001.

Gombrich, Ernst H. (2002): Kunst und Illusion. 6. deutsche Ausgabe. Berlin: Phaidon.

Ohne Namen (1999): Graffiti Art #10; Styles. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.

Hall, Stuart (1993): „Encoding, Decoding.“ In: During, Simon (ed.): *The Cultural Studies Reader*. New York; London.

Haskell, Francis (1995): *Die Geschichte und ihre Bilder. Die Kunst und die Deutung der Vergangenheit*. München: C.H.Beck.

Haug, Wolfgang Fritz (2009): *Kritik der Warenästhetik. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Hickethier, Knut (2001): *Film- und Fernsehanalyse*. 3.Auflage. Stuttgart, Weimar: Metzler.

Hochberg, Julian; V. Brooks (1962): „Pictorial recognition as an unlearned ability“ in: *American Journal of Psychology* 75; 624–628.

Hochberg, Julian: „Die Darstellung von Dingen und Menschen“ in: Gombrich, Ernst H.; Julian Hochberg; Max Black (1977): *Kunst, Wahrnehmung, Wirklichkeit*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp TB; 61–114.

Kauffmann, Georg (1988): „Die Macht des Bildes – Über die Ursachen der Bilderflut in der modernen Welt.“ In: *Rheinisch-Westfälische Akademie der Wissenschaften: Vorträge G 295; Opladen*; 15–42.

Kerner, Günter; Rolf Duroy (1985): *Bildsprache 1*. München: Don Bosco.

Kröplien, M. (1968): *Werbegraphik – Denkmethode oder Artistik? Zur Grundlegung der Typographie*. Stuttgart: o.V.;

Maletzke, Gerhard (1963/1998): „Psychologie der Massenkommunikation.“ In: Ders. (1998): *Kommunikationswissenschaft im Überblick*. Opladen usw: Westdt. Verl.

Metze-Prou, Sybille; Bernhard van Treeck: *Pochoir. Die Kunst der Schablonen-Graffiti*. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.

Mitscherlich, Alexander (1965): *Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Mock, Thomas (2006): „Was ist ein Medium?“ in: *Publizistik Heft 2, Juni 2006*, 51. Jg.; 183–200.

Nerdinger, Eugen (1960): *Zeichen, Schrift + Ornament*. München; 66.

Pott, Gottfried (2005): *Kalligrafie*. Mainz: Herm. Schmidt Verlag.

Schmitt, Angelika; Michael Iron (2001): *Graffiti. Problem oder Kultur*. München: Beust.

Schmitz, Ulrich (2004): Sprache in modernen Medien. Eine Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Seeßlen, Georg (1991): „Mythos kontra Geschichte. Über den Widerspruch von Comic-Erzählung und historischer Rationalität.“ In: Knigge, Andreas: Comic-Jahrbuch 1991. Hamburg: Carlsen Verlag; 23–31.

Taylor, Ian; Ruth Jamieson: „‘Proper little mesters’: nostalgia and protest masculinity in de-industrialised Sheffield“; in: Westwood, Sallie; John Williams (eds.): *Imagining Cities. Scripts, signs, memory*. London, New York: Routledge, 1997; 152–178.

Wienhöfer, Friederike (1980): Untersuchungen zur semiotischen Ästhetik des Comic Strip. Dissertation. Dortmund: PH Ruhr Dortmund.

Wiesing, Lambert (1997): Die Sichtbarkeit des Bildes. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt TB.

Willberg, Hans Peter; Friedrich Forssman (1999): Erste Hilfe in Typografie. Mainz: Hermann Schmidt.

Willberg, Hans Peter; Friedrich Forssman (2005): Lesetypographie. Mainz: Hermann Schmidt.

Winkler, Hartmut (2008): Basiswissen Medien. Frankfurt a.M.: Fischer TB.

Wunderlich, Siegfried; Barbara Uduwerella (1999): Graffiti-Projekt. Qualifizierter Sachbericht. Modellprojekt des Bundesministeriums für Familien, Senioren, Frauen und Jugend. Hamburg: Behörde für Schule, Jugend und Berufsbildung; Amt für Jugend.

Zillmann, Dolf (1997): „Über die Ikonisierung der Weltanschauung.“ In: Internationales Forum für Gestaltung Ulm (Hrsg.): *Mensch – Masse – Medien: Interaktion oder Manipulation*. Frankfurt a.M.: Anabas; 56–64.



# Abbildungen – Legende und Bildrechte

Alle Fotografien im vorliegenden Buch wurden, soweit nicht anders angegeben, vom Autoren im angegebenen Jahr gemacht. Die Bildrechte liegen bei ihm.  
ABER: Die Urheberschaft an den Designs der abgebildeten Tragetaschen, Verpackungs-, Trinkbecher- und Textilienaufdrucken usw. waren trotz erheblicher Bemühungen oft nicht zu ermitteln. Daher sind im Folgenden, zusätzlich zu den im Text enthaltenen Angaben, die Aufnahmeorte bzw. Hersteller soweit möglich angegeben. Gerne werden fehlende Angaben in späteren Auflagen ergänzt.

Umschlag: Verkehrsschild: Uppsala 2008, Graffito: Berlin 2005, Tattoo-Foto: Annika Maas; griech. Ein-Euro-Münze: Griech. Staatsbank.

- S. 6 – LKW: Maharashtra 1997; Zuckertüte: Helma Zucker Hemmingen; Becher „Tower Colliery“: KilnCraft England, Staffordshire Tableware.
- S. 8 – Regenschirm: Aral ca. 1950, Thermostatkopf: Ennetbaden.
- S. 12 – Stolperstein: Konzept und Ausführung Gunter Demnig.
- S. 14 – Nummernschild: Goa 1997; Straßenkurve: Gwynedd 1999; Becher „Wilhelm Alexander – Maxima“: Orange Collection.
- S. 16 – Shape Disc „Bronsky Beat“: © © london records 1984.
- S. 18 – Tattoo: Stefan Alsleben, Foto: Nicole Schreiber.
- S. 20 – Lion Salt Works Marston, England 1997; Pfeifentabak: Wolsdorff Tobacco GmbH Essen.
- S. 22 – Fassade „KTH“, heute TU Berlin 2007; Backstein, Klosterformat, „Wie schön leuchtet der Morgenstern“ Kirche Bränsen (Prignitz); Betoneinfassung 2008, Nybro.
- S. 24 – Becher „Alla läser klotter på Muggen“: Rendels Porslins Tryck Uppsala.
- S. 26 – Etikett „Plymouth Gin“: Black Friars Distillery Plymouth.
- S. 26/27 – Zollstock „2000 Jahre Malerei am laufenden Meter“: Metermorphosen 2002.
- S. 30 – Plakatübermalungen: J.J.S., Fotos: Martin Schwender.
- S. 32 – Fußgängerüberweg, Freilaufende Katzen, Informationsverweis „Nathan Söderblom“: Uppsala Konstmuseum: alle Uppsala 2008.
- S. 34 – Bierdeckel „Dukes 92“: Manchester; „Natürlich zahl' ich“: GEZ.



- S. 36 – Bild u. Rahmen: Essen 2007; Pokemon Monster Ball: Uppsala 2008.
- S. 38 – Zwei-Rupien-Stück 1993: Indische Staatsbank; Ein-Franc-Stück 1943: Etat Francais, 1948: Republique Francaise; 50-Pence und Half-Penny 1965: Royal Mint; Zehn DM-Schein: Deutsche Bundesbank.
- S. 40/ 41 – Säbel Freie Hanseatische Bürgergarde.
- S. 44 – Dum Gum: BlueQ Pittsfield, MA 2004.
- S. 46 – Smileys: eigene; T-Shirt „500 Liverpool Dockers“: Hersteller unbekannt.
- S. 48 – Eierkarton Ruhrgebiet Mitte der 1990er: Hersteller unbekannt.
- S. 50 – Seidenwebung der Kronen des schwedischen Staatswappens: Almgrens Sidenväveri für Kotte toys; BELL-Rettungsleine: Balcan Engineering Ltd, Horncastle Lincolnshire; Graffito: Berlin 2005.
- S. 52 – Graffito: Essen 2007; Altar: Aurangabad 1997.
- S. 54 – Wandbild: Seniorenheim Ecke Forststr./Gritznerstr. Berlin.
- S. 56 – Wandbild Flugzeug: Peter Buechler Berlin 2005; Ausschnitt Rückwand Tacheles Berlin 2005.
- S. 60 – Graffitifiguren: Essen 2008, Berlin 2005, Uppsala 2008; Plakette der Pioneer-Raumsonden 10 und 11 von 1972 bzw. 1973.
- S. 62 – London Taxi 1992.
- S. 64 – Papierhandtuch; Handtuch.
- S. 66 – Graffiti Berlin.
- S. 68 – Abbildung Schriftläufe in: Friederike Wienhöfer: Untersuchungen zur semiotischen Ästhetik des Comic Strip. Dissertation. Dortmund: PH Ruhr Dortmund 1980, S. 325.
- S. 70 – Crunchips „Döner mit alles!“, Lorenz Bahlsen Snack-World GmbH & Co KG Neu Isenburg 2009.
- S. 72 – Teebeutelverpackung Tetley GB Ltd Greenford Middlesex; Milchkarton Minimjolk: Arla Foods Stockholm.
- S. 74 – Tribal, Foto: Annika Maas; Alsleben-Familienwappen, Foto: Nicole Schreiber; Wattersons Calvin & Hobbes, Foto: Dirk Krings; Serpieri-Rückenbild, Foto: Kathrin Dittmar.
- S. 78 – Armin Holten, T-Shirt „Pozilei“, Hersteller unbekannt, Foto: Helgo Ollmann Marburg; Sakko: Bogart MG–Moden Vertriebsgesellschaft mbH Mönchengladbach.
- S. 80 – Hochzeit frühe 1990er.
- S. 82 – Kurt Kleta und Marvin Kleta, Tartan: Hunting Stewart.

S. 84 – Overall: BP Bierbaum-Proenen GmbH & Co KG Köln mit individuellen Ergänzungen.

S. 86 – Falthocker: Hersteller unbekannt; Tintern Abbey Gloucestershire/Monmouthshire 2003.

S. 88 – Zahnprothesentüte: Hersteller unbekannt; „Voll auf die Tüte“ Verdi; Holzkohlensack: Hersteller unbekannt.

S. 90 – Single a-ha „Touchy“: © © WEA International Inc. 1988.

S. 92 – Milchtüte Mellanmjölk Arla Foods Stockholm 2008 und Getränkekarton-Wechselhülle QLPÄK.

S. 94, 96 oben u. unten, 100, 102 links, 104 links, 108, 110, 112, 118 oben und untere Reihe – Graffiti Berlin 2005.

S. 96 Mitte, 102 rechts, 104 rechts, 118 Mitte links – Graffiti Essen 2008.

S. 98, 106 – Graffiti Zürich 1998.

S. 114 – Wandbild Baden 2004.

S. 116 – Wandbild Bülowstraße Berlin 2006.

S. 118 Mitte rechts – Graffiti Uppsala 2008.

S. 120 – Wandbild Tacheles Berlin 2005.

S. 122 – T-Shirt „Stasi 2.0“: Hersteller unbekannt; Graffiti Berlin 2005.

S. 124 oben u. mitte – Graffiti Berlin, unten – Wandparole: Rostock 2000.

S. 126 – Graffiti Berlin 2005.

S. 128 – Wandbild Prignitz-Schule Berlin 2005.

S. 130, 132, 134, 136, 138, 140, 144 oben u. unten, 146 – Graffiti Berlin 2005.

S. 142/143, 144 Mitte, 148 – Graffiti Essen, Fotos: Erdmuthe Dittmar 2008.

S. 150 – Straße Berlin; Briefmarke: PIN AG Berlin; T-Shirt „Ampelmann“: Ampelmann GmbH Berlin, Foto: Nils Westphal 2008.

S. 152 – Wandbehang: Abb. Anna-Maria Dittmar 2009; „Sie nennen es Sicherheit“-Aufkleber: Hersteller unbekannt; T-Shirt „QR-Code“: Shirtfilms, Foto: Joelle Schichtel 2009.

S. 154 – Baugerüst mit Planenaufdruck 2007.

S. 156 – „Understand Modern Art instantly“-Mundspray: © Jesus Had A Sister Productions verlegt bei BlueQ Pittsfield, MA 2004.